

**Bachelorarbeit**

im Studiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement

**Informationen im Überfluss – Fluch oder Segen für Bibliothekare?**

vorgelegt von Julia Hillesheim  
an der Hochschule der Medien Stuttgart

am 28. April 2014

Erstprüfer: Prof. Dr. Martin Götz  
Zeitprüfer: Prof. Bernhard Hütter

## Eidesstattliche Versicherung

## **Abstract**

Diese Arbeit beschreibt die sogenannte Informationsflut und untersucht, wie sie sich auf unser tägliches berufliches und privates Leben auswirkt. Dem gegenüber soll die Situation von Bibliotheken und Bibliothekaren betrachtet werden, sowie die Veränderung von deren Aufgaben, die sich durch die Neuen Medien ergaben.

Bibliothekar, Bibliothek, Informationen, Medien, Informationsangebote, Informationsüberflutung, Internet, Web 2.0, Informationskompetenz, E-Tutorial, Berufsbild, Informationsvermittlung

This work describes the so-called information overload and examines how it affects our daily professional and personal lives. In return, the situation of libraries and librarians shall be considered, and the change of their tasks that were caused by the new media.

Librarian, Library, Information, Media, Information services, Information overload, Internet, Web 2.0, Information Literacy, E-tutorial, Vocational, Information transfer

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung.....</b>	<b>6</b>
<b>2 Informationen.....</b>	<b>8</b>
2.1 Begriffsdefinitionen.....	8
2.1.1 Die Übermittlung von Informationen.....	8
2.1.2 Wissen .....	8
2.1.3 Kommunikation .....	9
2.2 Informationen und Medien.....	10
2.2.1 Veränderungen der Medien und ihrer Träger.....	11
2.2.2 Schwierigkeiten bei der Mediennutzung.....	13
2.3 Die EDV, der Computer und das Internet.....	14
2.3.1 Der Informationsträger Internet.....	15
2.3.2 E-Mails.....	16
2.3.3 Web 2.0.....	16
<b>3 Informationen im Überfluss.....</b>	<b>18</b>
3.1. Gründe für den Informationsüberfluss.....	18
3.1.1 Technische Gründe.....	18
3.1.2 Inhaltliche Gründe.....	19
3.2 Informationen und der Mensch.....	20
3.2.1 Mediennutzung.....	21
3.2.2 Selektion.....	22
3.2.3 Gesellschaftlicher Anspruch.....	24
3.2.4 Abhängigkeit von den Medien.....	24
3.2.5 Multitasking.....	25
3.2.6 Belastung durch Mediennutzung.....	26
3.3 Ordnung.....	27
3.3.1 PC.....	28
3.3.2 E-Mails.....	29
3.3.3 Internet.....	29
3.3.4 Ordnung halten.....	30

<b>4 Informationen im Überfluss und Bibliotheken</b>	32
4.1 EDV und Internet in Bibliotheken	32
4.1.1 Medienangebot	33
4.1.2 Katalog	35
4.1.3 Auskunft und Service	36
4.1.4 Veranstaltungen	37
4.1.5 Öffentlichkeitsarbeit	37
4.1.6 Interne Arbeitsabläufe	38
4.1.6.1 Informationsflüsse	38
4.2 Ist das Internet eine Konkurrenz für Bibliotheken?	39
4.2.1 Ergebnisse der Bibliotheksstatistik	40
4.2.2 Ergebnisse der Nichtnutzer-Studie	41
4.3 Reaktionsmöglichkeiten der Bibliotheken	42
4.3.1 Informationsaufbereitung	42
4.3.1.1 Aufbereitung virtueller Medien	43
4.3.2 Vermittlung von Informationskompetenz	45
4.3.2.1 Veranstaltungen	46
4.3.2.2 E-Tutorials	47
4.3.3 Information und Kommunikation im Internet	48
4.3.3.1 Die Webseite der Bibliothek	48
4.3.3.2 Die Bibliothek im Web 2.0	50
4.3.4 Bibliotheken als sozialer Raum	53
<b>5 Informationen im Überfluss und Bibliothekare</b>	54
5.1 Kompetenzen Qualifikationen	54
5.1.1 Informationstechnik	55
5.1.2 Fortbildung	56
5.2 Engagement	57
<b>6 Fazit</b>	58

# 1 Einleitung

„Ein Tag nicht im Büro und schon wieder 40 E-Mails!“, „Eigentlich wollte ich nur kurz ins Internet und jetzt sind schon wieder 2 Stunden vergangen!“. Solche Klagen hört man heute verstärkt und in Zusammenhang damit immer wieder den Begriff „Informationsflut“. Wir leben im Informationszeitalter, so heißt es.

Es sind also Informationen, die uns das Leben erschweren. Doch ist das so? Sind Informationen nicht eigentlich etwas Positives, eine eigentlich lebenswichtige Grundlage, damit wir wissen, was wir tun und lassen müssen und unsere Gesellschaft funktioniert? Eben noch wurde doch alarmiert über „Informationsarmut“ gesprochen und über Bildungspakete, die Abhilfe schaffen sollten.

Das Thema Informationen scheint jedenfalls eine gewisse Brisanz zu haben. Bei brisanten Themen sind Fachleute gefragt: Bibliothekare. Bibliotheken waren schon immer Orte der Informationen, der Informationen im Überfluss und Bibliothekare haben diese Informationen beschafft, erschlossen und für ihre Kunden bereitgestellt.

Vor über drei Jahrzehnten ist allerdings ein weiterer „Ort“ entstanden, an dem ebenfalls Informationen im Überfluss bereitstehen: Das Internet.

Die Voraussetzung für diesen virtuellen Informationsspeicher waren die Entwicklung der elektronische Datenverarbeitung und die Erfindung des Personalcomputers, der inzwischen ein fester Bestandteil unseres beruflichen und privaten Lebens geworden ist. Durch die Vernetzung von Computern können weltweit riesige Mengen an Informationen in das Internet gestellt oder von dort abgerufen werden.

Die Informationsflut kommt also aus dem Internet, nicht aus den Bibliotheken. Die Bibliotheken sollen jedoch dafür sorgen, dass § 5<sup>1</sup> des Grundgesetzes zur Anwendung kommt und sind somit nicht mehr nur für ihre eigenen Bestände zuständig, sondern auch für den Bestand des Internets, zu dem sie ihren Kunden irgendwie Zugang verschaffen sollen.

---

1 „Jeder hat das Recht [...] sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten.“

Es fragt sich nun, wie Öffentliche Bibliotheken in Deutschland mit dieser Situation umgehen, welchen Einfluss die EDV und die Neuen Medien auf die Institution und auf die tägliche Arbeit von Bibliothekaren haben.

Zuerst soll der Begriff Information etwas näher beleuchtet werden und die Rolle, die sie für Bildung und Kommunikation spielt. Zudem wird untersucht in welchem Zusammenhang Medien mit Informationen stehen und wie sich die Medien im Zeitraum der letzten 50 Jahre entwickelt haben. Danach wird das Phänomenen der Informationsflut betrachtet, also das Überangebot an Informationen. Aus welchen Gründen sie entstand, welchen Einfluss sie auf das tägliche Leben hat und wie die Menschen damit umgehen. Schließlich werden die Veränderungen, die Technik und Neuen Medien in Bibliotheken verursachten, aufgeführt und nach neuen Handlungsfeldern gesucht, die sich dadurch eröffnen.

Vor diesem Hintergrund schließlich kann auf die ursprüngliche Frage der Arbeit eingegangen werden. Wie wirkt sich der Überfluss an Informationen und die damit in Zusammenhang stehende Informationstechnik auf deren Vermittler, den Bibliothekar, dessen berufliche Aufgaben und Zukunft aus?

## 2 Informationen

Wir leben heute in einer Informationsgesellschaft, so ist überall zu lesen. Das mag auf den ersten Blick griffig klingen, doch bei der Überlegung, was darunter nun genau zu verstehen ist, gerät man doch ins Stocken. So ist es angebracht, eingangs einige Begriffe zu klären. Im Anschluss sollen die Medien und ihre mögliche Nutzung untersucht werden.

### 2.1 Begriffsdefinitionen

Unter Information ist in diesem Kontext eine Mitteilung, Nachricht oder eine Auskunft über etwas oder über jemanden zu verstehen.<sup>2</sup>

#### 2.1.1 Die Übermittlung von Informationen

*„Der Austausch und die Verbreitung von Informationen sind die Voraussetzung für soziales Handeln, sie verbinden soziale Systeme (z. B. Familie, Betriebe, Unternehmen, Organisationen, Staat) miteinander.“<sup>3</sup>*

Eine anschauliche Erklärung dafür, wie Informationen übermittelt werden, ist die eigentlich mathematische Theorie von C. Shannon<sup>4</sup>: Ein Sender codiert und sendet die Information, ein Empfänger decodiert und empfängt sie.

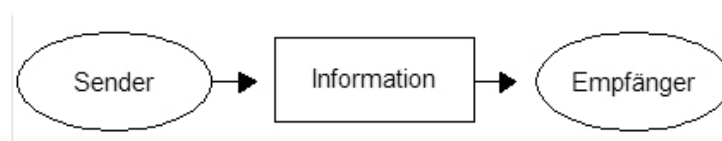


Abbildung 1: Das Sender-Empfänger-Modell

#### 2.1.2 Wissen

Eine Information kann unterschiedlich gehaltvoll sein. Es gibt wertvolle und überflüssige Informationen. Diese Bewertung ist jedoch subjektiv und bleibt dem

2 Vgl. Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Information. [elektronische Quelle]

3 Vgl. Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Information (Gesamtartikel). [elektronische Quelle]

4 Vgl. Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Informationstheorie. [elektronische Quelle]



Sender und dem Empfänger überlassen.

Der Begriff Information wird häufig als Synonym für dem Begriff Wissen genannt. Laut Hubert Eichmann ist dies jedoch ein Mißverständnis<sup>5</sup>. Informationen sind die Grundlage von Wissen. Sie müssen erst verarbeitet und in entsprechende Zusammenhänge gebracht werden, um dem Wissensaufbau des Empfängers zu dienen.<sup>6</sup>

Damit kann auch gleich geklärt werden, dass jemand, der viele Informationen empfängt, nicht automatisch über viel Wissen verfügt.

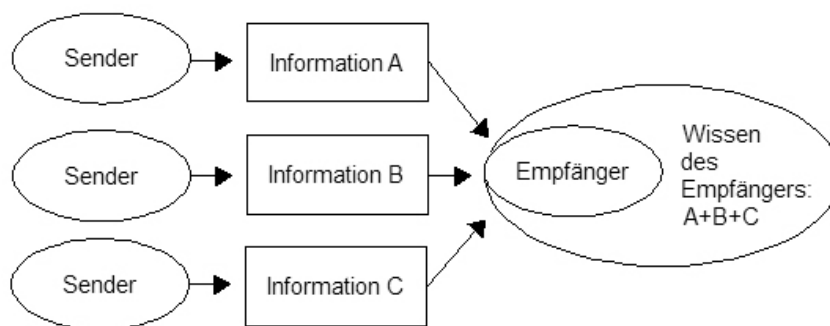


Abbildung 2: Wissensaufbau

### 2.1.3 Kommunikation

Kommunikation ist in diesem Zusammenhang ein weiterer wichtiger Begriff. Der direkte und wechselseitige Austausch von Informationen ist Kommunikation<sup>\*\*</sup>. Information dagegen ist einseitig<sup>7</sup>.

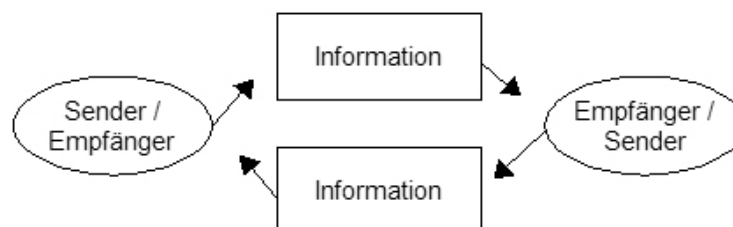


Abbildung 3: Kommunikation

5 Vgl. Eichmann, H. (2000): Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat, S. 20

6 Vgl. Kübler, H.-D. (2005): Mythos Wissensgesellschaft, S. 16

\* Der Begriff Kommunikation wird häufig auch für unpersönliche Informationen verwendet, z.B. bei Unternehmenskommunikation im Sinne von Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations

7 Vgl. Faulstich, W. (2004): Medienwissenschaft. S.15

## 2.2 Informationen und Medien

Eine Information kann persönlich überbracht werden (mittels Sprache, Mimik oder Gestik) oder mit Hilfe eines Mediums.

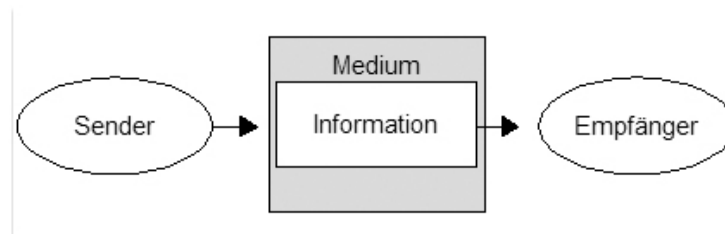


Abbildung 4: Information über ein Medium

Der Sender muss also nicht in unmittelbarem Kontakt zu dem Empfänger stehen, um zu informieren, er kann seine Nachricht auch indirekt über ein Medium senden. Hier kommt der oben genannte Prozess des Codierens und Decodierens zum Einsatz

Der <b>Sender</b> <i>codiert</i>	und sendet über das <b>Medium</b>	die <b>Information.</b>	Der <b>Empfänger</b> <i>decodiert sie.</i>
schreibt	Brief	Falsch geparkt. Bußgeld 15,- Euro.	liest
singt	Tonband	Das Lied	hört

Tabelle1: Codieren und Decodieren

Der Empfänger nimmt die Information, je nach Medium, über unterschiedliche Sinne wahr (in der Regel visuell und/oder akustisch).

Der Informationsgehalt der verschiedenen Medien ist unterschiedlich hoch, daher nimmt das Decodieren auch entsprechend unterschiedlich viel Zeit in Anspruch. Ein Kapitel in einem Sachbuch enthält beispielsweise wesentlich mehr und differenziertere Informationen als ein Straßenschild.

Ein Sender kann (öffentliche) Informationen auch gleichzeitig an mehrere Empfänger senden. In der Regel spricht man dann von **Massenmedien** (zum Beispiel Fernsehen und Radio).

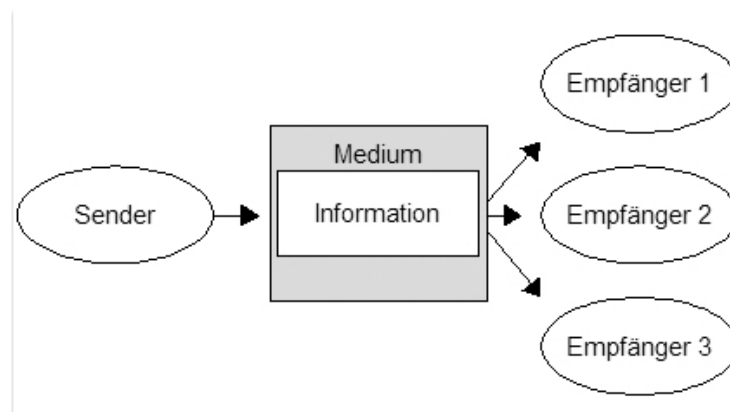


Abbildung 5: Massenmedien

Medien benötigen oft noch einen Träger, damit die Informationen auf dem Medium überhaupt rezipiert werden können.\*\*

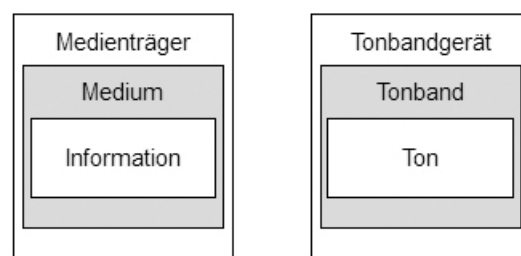


Abbildung 6: Medienträger

### 2.2.1 Veränderungen der Medien und ihrer Träger

Die Medien und deren Träger haben sich innerhalb der letzten 100 Jahre sehr stark verändert. Früher waren sie in der Regel aus Papier (Bücher, Zeitschriften, Plakate usw.) und konnten Texte und Bilder „transportieren“. Dann kamen in immer kürzeren Zeitabständen elektronische, digitale und schließlich virtuellen\*\*\* Medien auf den Markt, mit deren Hilfe auch Informationen in Form von Ton und Film gesendet und empfangen werden können.

\* Die Unterscheidung von Medium und Medienträger wird in der Literatur unterschiedlich gehandhabt. Oft wird der Begriff Medien auch für Medienträger gebraucht.

\*\* Virtuelle Medien werden in der Literatur auch häufig als digitale Medien bezeichnet. Zum besseren Verständnis werden hier haptische Medien als digitale Medien bezeichnet, Zum Beispiel: Computerspiel = digitales Medium (DVD), Online-Spiel = virtuelles Medium (im Internet)

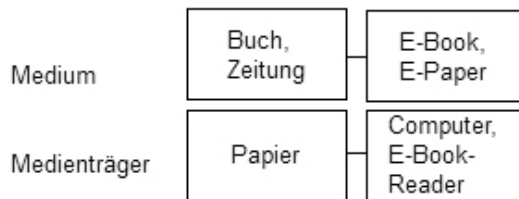
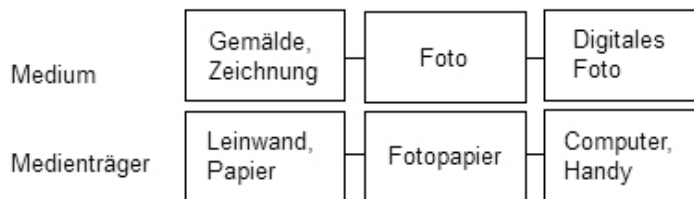
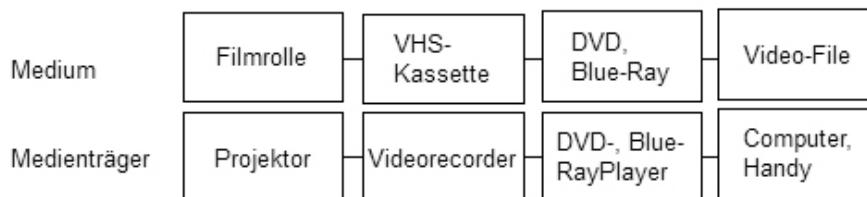
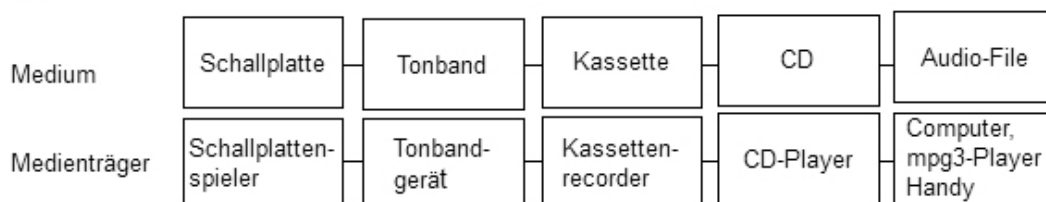
**Text****Bild****Film****Ton**

Abbildung 7: Beispielhafte Darstellung der Medienentwicklung

Die äußere Form und Leistungsfähigkeit der Medien veränderte sich und damit auch deren Nutzungsmöglichkeiten zur Informationsübertragung.

Anhand dieser beispielhaften Darstellung ist zu erkennen, dass alle Medien, für die es bisher jeweils eigene Träger gab, inzwischen auch über den Computer zu senden, zu empfangen und unter bestimmten Voraussetzungen auch zu bearbeiten sind. Hier spricht man von den **Neuen Medien**<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Vgl. Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Neue Medien [elektronische Quelle]

Auch die zwischenmenschliche Kommunikation, die früher ausschließlich persönlich stattfand, ist über sogenannte Kommunikationsmedien (Brief, Telefon/ Handy) und schließlich auch über den Computer (E-Mail, Chat, Bildtelefon) möglich.

Im Prinzip wurden die Medien

- **weniger haptisch\*\*** (z.B. Schallplatte vrs. Audio-File)
- **schneller verfügbar** (z.B. analoge vrs. digitale Fotografie)
- **interaktiver** (z.B. Brettspiel vrs. Computerspiel)
- **multimedialer** (z.B. Schulbuch vrs. E-Learning Software)

Die Medienträger wurden

- **steuerbarer** (z.B. An-/Aus-Knopf vrs. moderne Fernbedienung)
- **mobiler\*\*** (z.B. Telefon vrs. Handy)
- **leistungsstärker** (z.B. Kassettenrecorder vrs. Computer)
- **kompakter** (z.B. Stereoanlage vrs. mp3-Player)

### 2.2.2 Schwierigkeiten bei der Mediennutzung

Bei aller Faszination angesichts der vielen Möglichkeiten der Neuen Medien, werden Ärger und Zeitaufwand, die auftretende Probleme damit mit sich bringen, oft vergessen. Der Kratzer auf der Schallplatte war noch zu erkennen, aber warum sich ein Audio-File nicht abspielen lässt, ist nicht so leicht herauszufinden.

Probleme können sowohl bei Medien als auch bei deren Trägern auftreten.

Beispiele:

Wenn die Batterien oder der Akku eines Gerätes leer sind, gibt es keinen Zugriff mehr auf die Medien. Die Kombination von älteren Medien und neueren Geräten oder umgekehrt führt häufig zu Kompatibilitätsproblemen. Am Computer müssen immer wieder neue Programme installiert werden und Updates durchgeführt werden, um auf die Medien zugreifen zu können.

Jedenfalls ist nicht jeder Nutzer so versiert, dass der Umgang mit den Neuen Medien generell unproblematisch wäre. Gerade Nutzer, die nicht so viel mit dem

---

\* greifbar

\*\* ortsunabhängiger

Computer oder anderen Trägergeräten zu tun haben, können damit mehr zeitraubende Frustrationen erfahren als mit den herkömmlichen Geräten, die mit einer übersichtlichen Menge von Funktionen noch wesentlich leichter zu bedienen waren.

Wie vielfältig die Probleme schon bei einer einzigen Medienart, bei zum Beispiel der Nutzung von E-Medien über die ONLEIHE\*\* einer Bibliothek, sein können, zeigt eine Zufriedenheitsumfrage des Landesbibliothekszenentrums Rheinland-Pfalz. Hier wurden von Kunden, die die ONLEIHE nutzten und technische Probleme damit hatten, folgende Sachverhalte geschildert:

- Seitenladefehler oder zu lange Wartezeiten (64%)
- der Download funktionierte nicht (45%)
- die Medien waren auf dem verwendeten mobilen Endgerät nicht nutzbar (32%)
- Schwierigkeiten mit der verwendeten Software (24%)
- E-Medien waren auf dem verwendeten Betriebssystem nicht nutzbar (18%)<sup>9</sup>

Informatiker und Netzwerktechniker sind zu gefragten Fachkräften geworden die von Unternehmen und Privatpersonen sowohl für die Einrichtung und Bereitstellung von Hard- und Software, die regelmäßige Pflege als auch für die Fehlerbehebung beansprucht werden.

### **2.3 Die EDV, der Computer und das Internet**

Die Entwicklung der elektronischen Datenverarbeitung (EDV),\*\* die schlagartige Verbreitung von Personalcomputern (PC) seit den 80er Jahren<sup>10</sup> und schließlich die Vernetzung mit dem Internet waren die wesentlichen Wegbereiter für die mediale Situation, die wir heute sowohl im beruflichen, als auch im privaten Umgang mit Informationen haben.

---

\* Über den Dienstleister Divibib können Bibliotheken ihren Kunden online E-Medien zur Verfügung stellen

<sup>9</sup> Vgl. Pflaum, G. (2012): Die meisten Nutzer sind weiblich und über 30 Jahre alt, S.101f.

\*\* Für den Begriff EDV wird inzwischen auch häufig der Begriff IT (Informationstechnologie) verwendet

<sup>10</sup> Vgl. Faulstich, W. (2004): Medienwissenschaft. S.148

### 2.3.1 Der Informationsträger Internet

Ursprünglich nutzten Militär, Techniker und Wissenschaftler das Internet für ihre Zwecke, aber seit 1993 steht es auch privaten Nutzern zur Verfügung.<sup>11\*</sup>

Nachdem anfangs nur Texte und Zahlen im Internet veröffentlicht wurden, kam Farbe und Bewegung auf die Webseiten, und die bisher etwas grauen Inhalte wurden multimedialer (durch Bilder, Animationen und Töne). Durch weitere technische Fortschritte und Leistungssteigerung, wurden sie auch interaktiver und damit attraktiver für die Nutzer.

Seit Anfang der 90er Jahre<sup>12</sup> nahm die Bedeutung des Internets eine rasante Entwicklung. Es wurde immer populärer und zum Inbegriff der Informationsfreiheit, nicht zuletzt auf Grund des immer einfacheren, schnelleren, billigeren und ortsunabhängigeren Zugriffs. 2002 hatten 43% der deutschen Haushalte einen Computer mit Internetanschluss, 2012 waren es bereits 79%.<sup>13</sup>

Die Inhalte auf den Webseiten im Internet stammen von kommerziellen, öffentlichen, privaten Organisationen oder von Privatpersonen und haben eine entsprechende Zielsetzung:

Firmen präsentieren ihre Produkte, öffentliche und private Organisationen stellen Informationen aus ihrem jeweiligen Bereich zur Verfügung und Privatpersonen nutzen das Internet, um sich selber oder ihren Interessen eine öffentliche Plattform zu geben.

Der Nutzer findet im Internet, wenn er die passenden Begriffe in den Schlitz der Suchmaschine oder des Browsers tippt, Informationen zu den unterschiedlichsten Themengebieten. Von Informationen über das Privatleben eines Fußballstars bis zu wissenschaftlichen Ergebnissen aus einer geologischen Forschungsstation in der Antarktis, von seltenen Feuerwehrrabzeichen bis zu den Tagesnachrichten.

Die Angebote im Internet wuchsen teilweise auch über die pure Information und Unterhaltung hinaus und wurden zu richtigen Dienstleistungen. Vieles, wofür

---

11 Vgl. Faulstich, W. (2004): Medienwissenschaft. S.156

\* Anmerkung: Nicht nur privaten sondern auch kommerziellen, öffentlichen, kurz: allen.

12 Vgl. Plassmann, E.; Rösch, H.; Seefeld, J. u.a. (2011): Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 55

13 Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, Hrsg. (2013) : Datenreport 2013, S. 337 [elektronische Quelle]

früher ein Telefonat, eine schriftliche Bestellung, der Gang in ein Geschäft oder zu einem Amt nötig gewesen wäre, kann heute mit Hilfe von Formularen, Downloads und bargeldloser Bezahlung online erledigt werden.

Somit entstand aus einer relativ eindimensionalen Informationsplattform ein riesengroßer bunter Marktplatz, auf dem von der Reservierung von Konzertkarten über die Ersteigerung eines antiken Möbelstücks bis zur Planung und Buchung einer Reise inzwischen fast alles möglich ist.

### **2.3.2 E-Mails**

Nicht nur der Zugang zu Webseiten ist über das Internet möglich, eine sehr große Rolle spielt sowohl im beruflichen wie auch im privaten Bereich das Senden und Empfangen von E-Mails.

Die Verwendung von E-Mails ist denkbar einfach und durch einige Funktionen praktisch zu handhaben: Eine E-Mail kann auch an mehrere Empfänger geschickt werden, erhaltene E-Mails können weitergeleitet, mit Dateien als Anhang verschickt oder als besonders wichtig gekennzeichnet werden.

So ist die E-Mail zu einem schnellen Kommunikationsmedium geworden, von dem täglich unzählige Male Gebrauch gemacht wird: 53% aller Onlinenutzer ab 14 Jahren senden und empfangen täglich E-Mails, 79% senden und empfangen E-Mails mindestens 1x pro Woche.<sup>14</sup>

### **2.3.3 Web 2.0**

Mit dem Web 2.0 wurde das Internet noch mehr zu einer Kommunikationsplattform auf der die Nutzer nicht nur rezipieren, sondern durch eigene Beiträge im wesentlichen am Informationsaustausch aktiv beteiligt sind.

Wer früher seine Meinung zu politischen, gesellschaftlichen oder kulturellen Themen öffentlich kundtun wollte, schrieb zum Beispiel Leserbriefe in der Zeitung oder engagierte sich Flyer verteilend bei Bürgerinitiativen. Heute kann sich jeder spielend leicht bei einem sozialen Netzwerk (Onlinecommunity) anmelden und

---

<sup>14</sup> Vgl. ARD/ZDF, Hrsg. (2014): ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 / Onlinenutzung : Onlineanwendungen nach Nutzungsfrequenz 2013 [elektronische Quelle]



seine Meinung nicht nur online präsentieren, sondern auch Beiträge von anderen kommentieren oder weiter empfehlen, mit Freunden chatten, sich mit Gleichgesinnten über spezielle Themen austauschen, neue Bekannte mit ähnlichen Interessen finden und vieles mehr. Alleine Facebook hat 25 Mio. aktive Nutzer in Deutschland. 83% der 18-34 jährigen Nutzer sind täglich auf Facebook.<sup>15</sup>

Das Web 2.0 besteht allerdings nicht nur aus Facebook und Twitter. Es gibt unzählige Blogs, Foren und Wikis, worin meistens themenbezogen veröffentlicht und diskutiert wird. Auf YouTube und Flickr können selbst gedrehte Videos und Bilder hoch geladen werden. Die online-Enzyklopädie Wikipedia ist zum Inbegriff des Lexikons geworden: 2013 nutzten 74% der Onlinenutzer ab 14 Jahren Wikipedia gelegentlich, 32% täglich.<sup>16</sup>

---

15 Vgl. Allfacebook.de, Hrsg. (2013) Infografik: Facebook 2013 – Nutzerzahlen & Fakten [elektronische Quelle]

16 Vgl. ARD/ZDF, Hrsg. (2014): ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 / Social Media / Nutzung von Web-2.0-Anwendungen 2007-2013 [elektronische Quelle]

### 3 Informationen im Überfluss

*„Das Menschheitswissen brach so plötzlich in den Alltag hinein – gewünscht oder unerwünscht, zitierfähig oder zerstümmelt, vollständig oder unvollständig, dass seine Präsenz einfach nicht mehr zu leugnen war.“<sup>17</sup>*

Informationsüberfluss, Informationsüberflutung oder Infosmog sind Begriffe, die seit einigen Jahren verstärkt in den Medien auftauchen und offensichtlich ein Thema sind. Im Folgenden soll betrachtet werden, wie die EDV mit dem Anstieg an Informationen in Zusammenhang steht, welche Rolle die Neuen Medien und das Internet dabei spielen, wie die Menschen darauf reagieren und schließlich ob und wie Ordnung in die Mengen an Informationen gebracht werden kann.

#### 3.1. Gründe für den Informationsüberfluss

Wie in Kapitel 2.3 dargestellt, hat die Menge an Informationen, die wir senden und empfangen können, durch die Neuen Medien stark zugenommen. Es stellt sich die Frage, woher dieser plötzliche Anstieg von Informationen kam.

##### 3.1.1 Technische Gründe

Die unter 2.2.1 bereits dargestellten Veränderungen der Medienträger tragen als Basis nicht unwesentlich zu einem Anstieg von Informationen bei. Dabei spielen insbesondere folgende Aspekte eine Rolle:

##### **Der Zugang**

Theoretisch ist es möglich ständig Zugang zum Internet und zu Informationen aller Art zu haben. Nicht nur über den stationären Computer, sondern auch mobil über Laptop, Tablet oder Handy/Smartphone.

Das heißt, der Nutzer kann jederzeit und überall, auch dank der gesunkenen Preise und gestiegenen Speicherkapazitäten, auf Informationen zugreifen.

##### **Die Geschwindigkeit**

Die Geschwindigkeit mit der Informationen über elektronische Geräte empfangen

---

<sup>17</sup> Ball, R. (2013): Das Ende eines Monopols, S. 14

bzw. gesendet werden können, hat inzwischen quasi die Echtzeit erreicht. Ein anschauliches Beispiel ist der Vergleich der Dauer eines herkömmlichen Briefwechsels per Post und der per E-Mail.

### **Die Vernetzung**

Ein wesentliches Merkmal des Internets ist die Vernetzung, die Verbindung einzelner Webinhalte durch Links. So kann mit nur einem Klick schnell von Information zu Information gesprungen werden.

Links führen zwar oft zu vertiefenden Informationen, sind allerdings auch häufig der Grund für das Abschweifen vom eigentlich Gesuchten. Der Begriff „Surfen“ impliziert die entsprechende Dynamik.

### **Die Interaktion**

Auf die Aktion (Eingabe) des Nutzers folgt unmittelbar eine Reaktion des Computers oder eines anderen Nutzers. Anschaulich Beispiele für Interaktion sind Computerspiele, Chats oder Bestellvorgänge in Online-Shops.

### **3.1.2 Inhaltliche Gründe**

An den Inhalten des Internets wird auch die Motivation für dessen Nutzung deutlich:

#### **Mitteilungsbedürfnis**

Inzwischen ist es kinderleicht, auch als Privatperson im Internet aufzutreten und Informationen zu veröffentlichen. Das führt dazu, dass die Inhalte oft keine so strengen redaktionellen Hürden nehmen müssen, wie wissenschaftliche oder kommerzielle Veröffentlichungen. Jeder kann der ganzen Welt Informationen anbieten, vom Heimwerker-Tipp über den politischen Blog bis zum Musiklexikon. An den unzähligen privaten Veröffentlichungen im Internet ist zu erkennen, dass die Motivation sich mitzuteilen, offensichtlich sehr hoch zu sein scheint.

Diesem Bedürfnis kommen zusätzlich die Kommentarfunktionen des Web 2.0 entgegen. Damit kann jeder Beiträge anderer Nutzer direkt kommentieren und diese Kommentare können wiederum von anderen kommentiert werden.

Hierdurch entsteht eine Eigendynamik, die zu immer mehr Informationen führt. Aber auch nicht-private Anbieter (Firmen oder Institutionen) stellen mehr und

schneller Informationen, oft unter dem Druck der Aktualität, online. Einer der Gründe dafür ist, dass eine Veröffentlichung im Internet weitaus weniger kostspielig und zeitaufwendig ist als eine gedruckte Publikation.

### **Netzwerke**

Networking ist ein diffuses Erfolgsversprechen. Was bisher am Stammtisch oder bei Geschäftsessen gepflegt wurde, findet heute auch in sozialen Netzwerken statt. Wer ein großes Netzwerk hat, ist auf der sicheren Seite, so eine weit verbreitete Überzeugung. Das gilt sowohl beruflich (z.B. XING) als auch privat (z.B. Facebook).

Die konzentrierte Nutzung von sozialen Netzwerken birgt allerdings auch die Gefahr, dass der Aufwand den Nutzen übersteigt. Netzwerke wollen gepflegt werden, d.h. die Kontakte müssen mit Neuigkeiten versorgt werden und Posts müssen kommentiert werden.

### **Werbebotschaften**

Für die Wirtschaft ist das Internet eine gefundene Plattform, um für Produkte und Dienstleistungen zu werben. Mittels Bannern in verschiedensten Formaten sind Informationen, die zum Konsum anregen sollen, auf vielen Webseiten allgegenwärtig. *„Ein Mensch ist täglich etwa 5000 Werbebotschaften ausgesetzt. Ein großer Teil befindet sich auf Webseiten oder landet in der Mailbox.“*<sup>18</sup>

### **Technik**

Ein sekundärer, aber nicht zu unterschätzender Aspekt, ist die Menge an Informationen, die gebraucht wird, um die technischen Geräte zum Laufen zu bringen, am Laufen zu halten und die unterschiedlichste Software bedienen zu können. Dazu kommt die Gefahr durch Viren und Spyware, der der Nutzer begegnen muss. Da es ständig Neuerungen gibt, hört die Anforderung sich damit zu beschäftigen auch nicht auf.

## **3.2 Informationen und der Mensch**

Wie bereits beschrieben, werden wir sowohl privat als auch beruflich seit einigen Jahren tagtäglich mit einer immer größer werdende Menge an Informationen

---

18 Grimme-Institut, Hrsg. (2011): Im Blickpunkt: Werbung im Internet, S. 2 [elektronische Quelle]

konfrontiert. Und nicht nur die Menge nimmt zu, die Zeitabstände, in denen sie uns über verschiedene Medien erreichen, nehmen ab.

Die Verfügbarkeit und der ständige Austausch von Informationen kann als Bereicherung angesehen werden. Schließlich sind Informationen in der Regel etwas Positives und die Basis für Wissen und Bildung. Allerdings werden auch zusehends Stimmen laut, die diese Flut an Informationen beklagen.

### 3.2.1 Mediennutzung

Die wirkliche Mediennutzung der Menschen ist kaum richtig messbar, müsste dazu doch jeder Blick auf ein Werbeplakat, jede Notiz auf einen Zettel festgehalten werden. Die von ARD und ZDF gemessenen Daten sind allerdings auch schon eine gute Basis, um einen Eindruck von unserer täglichen Mediennutzung zu erhalten.

Hiernach nutzen jüngere Menschen das Internet am häufigsten (knapp 3,5 Stunden täglich), ältere das Fernsehen (knapp 5 Stunden täglich).

	<b>Fernsehen</b>	<b>Hörfunk</b>	<b>Internet</b>	<b>Zeitung</b>	<b>Buch</b>
Gesamt	242	191	108	23	22
14-29 J.	134	143	218	10	30
30-49 J.	221	211	128	18	15
Ab 50 J.	302	198	49	34	23

*Tabelle 2: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013 in Min./Tag*

Im Vergleich zur Mediennutzung im Jahr 2000 kann gesamt eine drastische Zunahme der Nutzung des Internets, eine Zunahme der Nutzung des Fernsehen und eine Abnahme der Nutzung des Hörfunk festgestellt werden. Für die Nutzung von Printmedien liegen von 2000 leider keine Zahlen vor.

	<b>Fernsehen</b>	<b>Hörfunk</b>	<b>Internet</b>	<b>Zeitung</b>	<b>Buch</b>
Gesamt	203	205	17		

*Tabelle 3: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2000 in Min./Tag*

Bei Fernsehen und Hörfunk ist der Nutzer Empfänger von Informationen. Bei der Nutzung des Internets kann er sowohl Sender als auch Empfänger sein.

Fernsehen und Hörfunk sind Massenmedien, hier werden öffentliche Informationen gesendet. Im Internet kann der Nutzer sowohl öffentliche als auch private Informationen senden und empfangen.

Interessant ist auch die Unterscheidung zwischen aktiver (gewollter) und passiver (ungewollter) Rezeption von Informationen. Zum Beispiel:

Jemand sucht aktiv nach einer bestimmten Nummer im Telefonbuch.

Jemand nimmt passiv die Botschaft eines Werbeplakats wahr.

Bei Fernsehen und Hörfunk besteht nur eine eingeschränkte Möglichkeit der gewollten Rezeption (durch die bewusste Auswahl einer bestimmten Sendung). Werbeeinblendungen können als ungewollte Informationen verstanden werden. Im Internet kann der Nutzer gezielt Informationen aufrufen. Allerdings wird er auch hier durch Werbebanner und Spam-Mail mit ungewollten Informationen konfrontiert.

Die aktive oder passive Rezeption von Informationen taucht meistens nicht in Reinform auf. „Surfen“ und „Zappen“ impliziert „Berieselnlassen“, also einen relativ passiven Zustand von dem, bei Erscheinen von relevanten Informationen, in einen aktiven Zustand gewechselt werden kann.

### **3.2.2 Selektion**

Ein Großteil der Informationen die uns passiv erreichen oder auf die wir treffen, wenn wir gezielt nach einer bestimmten Information suchen, ist nicht relevant. Um die relevanten Informationen zu identifizieren ist jedoch eine Auswertung aller empfangenen Informationen nötig. Den irrelevanten widmen wir uns danach nicht länger, bei den relevanten schauen wir genauer hin und verarbeiten sie im besten Fall zu Wissen.

Diese permanente Entscheidung worauf wir unsere Aufmerksamkeit lenken sollen, ist ein eher unbewusster Reflex, aber es ist doch jedes Mal eine Frage, die beantwortet werden will: Lese ich weiter oder nicht? Klicke ich auf den Link oder nicht? Schaue ich auf den Werbebanner oder nicht?

„Wir moderne Menschen stehen ständig vor der Frage: Ist diese oder jene Information wert, gelesen zu werden, oder frisst sie unsere Aufmerksamkeit (unsere Energie) auf, ohne dass wir davon profitieren?“<sup>19</sup>

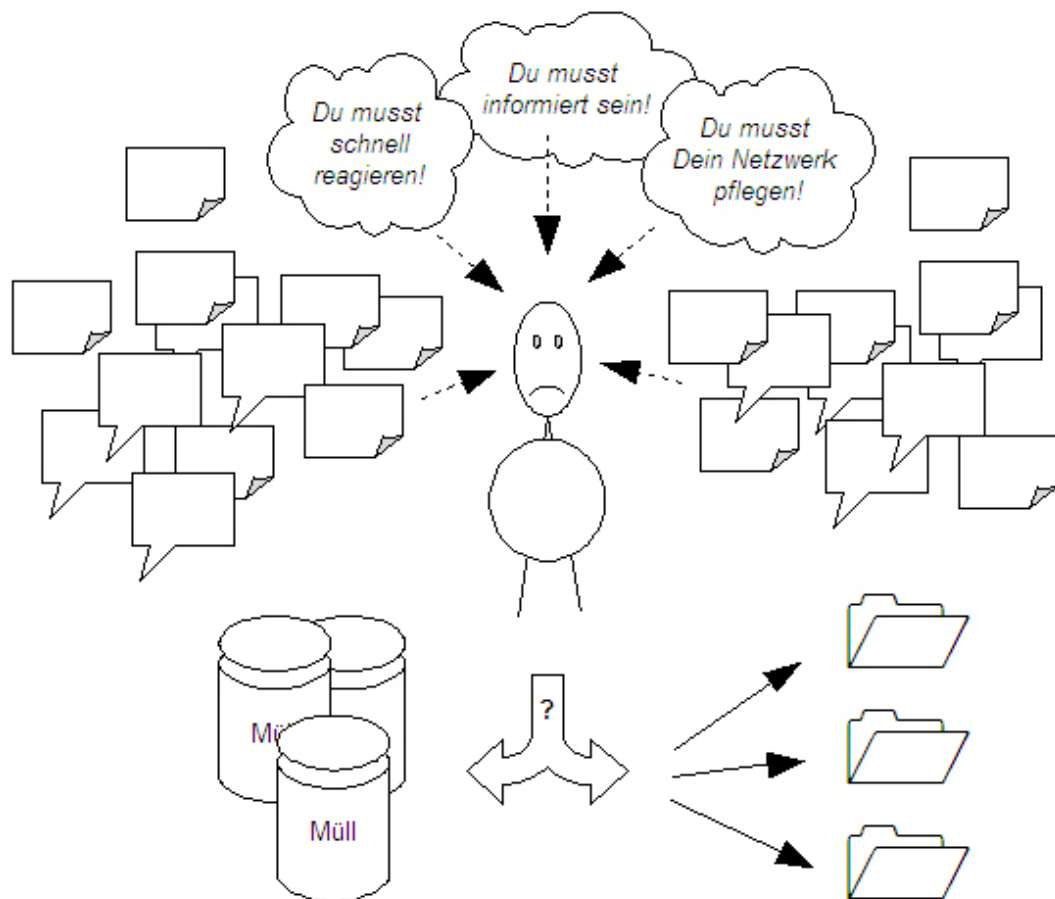


Abbildung 8: Der Mensch in der Informationsflut

Das Gefühl von Informationen überflutet zu werden, kann also auch durch die Notwendigkeit entstehen immer schneller und immer mehr Unwichtiges von Wichtigem unterscheiden zu müssen. Manche Menschen sind entscheidungsfreudiger, manche weniger. Die entscheidungsfreudigen navigieren zielgerichtet durch die Fluten, filtern systematisch und kommen unbescholten mit der gesuchten Information zurück. Die Anderen verlieren ihr Ziel aus den Augen, treiben von Information zu Information und können sich, nachdem sie irgendwann wieder aufgetaucht sind, manchmal nicht mal mehr daran erinnern, was sie eigentlich gesucht haben.

<sup>19</sup> Schirmacher, F. (2009) Payback, S. 129

### 3.2.3 Gesellschaftlicher Anspruch

Die ständigen Konfrontation mit Informationen, wird offensichtlich von vielen Menschen als Belastung empfunden.

Auf die Frage „Was belastet sie in ihrem Job gaben 41% von 1000 Befragten ab 18 Jahren „Informationsflut“ an, 23% „ständige Erreichbarkeit“.<sup>20</sup>

Im Prinzip könnte man sagen, „dann lasst eure Geräte doch einfach aus, wenn euch belastet, was damit gesendet wird!“ Dagegen steht jedoch der berufliche und private Anspruch, dem sich nur wenige Menschen erfolgreich entziehen können: Sowohl als Empfänger als auch als Sender stets abrufbereit zu sein.

Im Privaten kann eine gewisse soziale Isolation folgen, wenn man nicht über die üblichen Kanäle kommuniziert

*„Die Folgen diese Effekts spüren alle, die damit beginnen, ihre Facebook-Accounts zu schließen, weil sie der Organisation eines ständig wachsenden Freundschaftsnetzwerks nicht mehr gewachsen sind. Die Folge davon ist, dass man sozial nicht mehr existiert.“<sup>21</sup>*

Und im Beruflichen ist es kaum möglich, in „Informationsstreik“ zu treten. Nur wenige können es sich über längere Zeit leisten z.B. E-Mails unbeantwortet zu lassen, ohne den Verdacht zu erwecken, nicht ordentlich zu arbeiten.

### 3.2.4 Abhängigkeit von den Medien

Durch diese Rahmenbedingungen (beruflich und privat erreichbar und informiert sein zu wollen bzw. zu müssen) entsteht eine gewisse Abhängigkeit von den Informationen und den Medienträgern, über die wir sie empfangen, verwalten und versenden.

Dies erklärt auch, warum die Menschen, egal wo sie gerade sind, auffällig häufig auf ihr Handy oder in ihren E-Mail-Account schauen.

*„Würde ich morgen vom Internet oder vom Computer geschieden werden, wäre das nicht eine Trennung von dem Provider, sondern es wäre das Ende einer sozialen Beziehung, die mich tief verstören würde.“<sup>22</sup>*

<sup>20</sup> Vgl. Statista, Hrsg. (2013): Stress – Art der Belastung bei der Arbeit in Deutschland 2013. [elektronische Quelle]

<sup>21</sup> Schirmacher, F. (2009) Payback, S.125

<sup>22</sup> Schirmacher, F. (2009) Payback, S.13



Besonders stark scheint die Bildung von der 14-29 Jährigen an das Internet zu sein. Laut der Langzeitstudie Massenkommunikation von ARD/ZDF gaben 2010 72% der Befragten an, dass sie das Internet stark vermissen würden (2000 waren es nur 17%).<sup>23</sup>

### 3.2.5 Multitasking

Entscheidungsdruck, gesellschaftlicher Anspruch und Abhängigkeit in Zusammenhang mit den Neuen Medien, sind Herausforderungen, die nicht von jedem problemlos bewältigt werden. Es stellt sich die Frage nach einem adäquaten Umgang damit.

Multitasking war eine Zeit lang das Zauberwort, um auf die angestiegene Menge von Informationen zu reagieren. Der moderne Mensch sollte multitaskingfähig sein, d.h mehrere Informationen aus unterschiedlichen Quellen gleichzeitig verarbeiten können.

Wer zum Beispiel Auto fahren, das Navigationsgerät programmieren und mit dem Beifahrer über bevorstehende Verhandlungen diskutieren oder im Internet surfen, telefonieren und gleichzeitig Papiere unterschreiben konnte, galt als moderner Held des Alltags.

Langsam setzt sich jedoch die Erkenntnis durch, dass mit dieser Methode nicht unbedingt auch Qualität sichergestellt werden kann. Fundierte Informationen gleichzeitig über verschiedene Kanäle zu empfangen, verarbeiten und versenden hat die Folge, dass durch die geteilte Aufmerksamkeit Fehler passieren oder Missverständnisse entstehen

Rico Fischer, Psychologe an der Technischen Universität Dresden sagt gegenüber der Süddeutschen Zeitung: "Das menschliche Gehirn ist für das Multitasking komplexer Tätigkeiten kaum geeignet" und erklärt, dass Menschen allenfalls anspruchslöse oder automatisierte Handlungen gleichzeitig ausführen können.<sup>24</sup> Das ist nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass bei Multitasking 100% der verfügbaren Aufmerksamkeit prozentual geteilt werden muss. Es ist also

---

<sup>23</sup> Eimeren, v. B.; Ridder, C.-M. (2011): Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010, S. 5 [elektronische Quelle]

<sup>24</sup> Vgl. Uhlmann, B. (2012): Multitasking im Büro Überleben in der Informationsflut. [elektronische Quelle]

offensichtlich nicht möglich drei (anspruchsvollen) Tätigkeiten gleichzeitig 100% Aufmerksamkeit zu schenken.<sup>25</sup>

### 3.2.6 Belastung durch Mediennutzung

Ob diese Herausforderungen bei der Mediennutzung als Belastung empfunden werden, wer sich warum belastet fühlt und ob die Belastung durch die Dauer der Nutzung ansteigt oder sinkt, lässt sich nicht eindeutig feststellen.

Starke Schwankungen der Informationsbelastung gibt es zum Beispiel in Bezug auf das Alter der Nutzer.

Eine Umfrage des Branchenverbandes Bitkom von 2011, die nicht nur speziell auf das Berufsleben abzielte ergab, dass sich besonders ältere Menschen, im Gegensatz zu jungen, häufig durch die Informationsflut belastet fühlen.<sup>26</sup>

Grob könnte man daraus schließen, dass junge Menschen, die mit den Neuen Medien aufgewachsen sind, einen selbstverständlicheren und damit entspanteren Umgang damit pflegen als die älteren.

Vier Jahre später kam eine weitere Umfrage der BITKOM allerdings zu dem Ergebnis, dass die Belastung bei den Jungen (14-29-Jährige) drastisch gestiegen ist.<sup>27</sup> Dieser Anstieg könnte sich durch die verstärkte Nutzung von Online-communities erklären lassen, denn 76% der 14-29-jährigen online-Nutzer sind in Onlinecommunities aktiv.\*<sup>28</sup>

Der Psychologe Heiko Schulz von der Techniker Krankenkasse (TK) sagte gegenüber Focus online: *"Es gebe zwar noch keine wissenschaftlichen Erkenntnisse zu einem „Social-Media-Burnout“ [...] „Aufgrund seiner Erfahrungen spreche aber einiges dafür, dass übertriebene Nutzung zu einem Erschöpfungssyndrom beitragen könne.“*<sup>29</sup>

25 Vgl. Klingberg, T. (2008): Multitasking, S 70

26 Vgl. BITKOM, Hrsg. (2011): Besonders ältere Menschen fühlen sich von Informationen überflutet. [elektronische Quelle]

27 Vgl. BITKOM, Hrsg. (2014): Keine Angst vor der Informationsflut aus dem Netz. [elektronische Quelle]

\* Siehe auch Kapitel 2.3.3

28 Vgl. ARD/ZDF, Hrsg. (2014) ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 / Onlinenutzung / Onlineanwendungen 2013 nach Geschlecht und Alter [elektronische Quelle]

29 Focus online, Hrsg. (2012): Gesundheitsgefahr Facebook [elektronische Quelle]

Diese Ergebnisse der Bitkom-Studien erscheinen auf den ersten Blick einleuchtend, auf den zweiten doch zu oberflächlich, um wirkliche Schlüsse daraus ziehen zu können.

Ob und wie sehr sich jemand durch die vielen Informationen belastet fühlt, ist eine sehr subjektive Einschätzung und hängt von seinem jeweiligen Umgang damit und damit von vielerlei Aspekten ab, zum Beispiel:.

- wie viele Informationen er passiv empfängt
- auf wie viele er reagieren muss bzw. wie viel er sendet
- wie viele er selber aktiv suchen muss
- wie entscheidungsfreudig er bei der Auswahl von Informationen ist
- welche Ansprüche er an Informationen stellt, die er sucht
- ob die Informationen kurz und einfach oder komplex sind
- wie medien- bzw. informationskompetent er ist
- wie schnell er den Inhalt von Informationen auffassen kann
- wie ordentlich er Informationen verwaltet
- wie ausgeprägt sein technisches Verständnis ist
- was er überhaupt als Belastung empfindet (zum Beispiel das volle Postfach, die allgegenwärtige Werbung, die große Auswahl bei der Suche nach einem bestimmten Thema.)

Allgemein kann an dieser Stelle festgestellt werden, dass der Umgang mit Informationen ein individueller, komplexer und dynamischer Prozess ist, für den es keine allgemeingültigen Richtlinien gibt.

### **3.3 Ordnung**

Bei der Verwaltung von Informationen hat Ordnung höchste Priorität, denn was nutzen Informationen, wenn man sie nicht mehr findet? Das Gegenteil von Ordnung ist Chaos. Chaos entsteht schnell, wenn es keine klaren Ordnungsprinzipien gibt.

In einem durchschnittlichen Büro oder Haushalt waren bzw. sind in der Regel die relevanten Informationen auf Papier in Aktenordnern oder Hängeablagen abgelegt, normalerweise mit Etiketten beschriftet, durch Registerblätter getrennt,

chronologisch oder thematisch sortiert. Wer eine Information sucht, „schlägt nach“ d.h. blätterte in Papier.

Bücher, Bild und Tonträger werden ebenfalls, wenn sie eine gewisse Menge erreicht haben, sortiert gelagert, nach Thema, Autor, bzw. Interpret oder sonstigen Kriterien.

Diese Ordnungsprinzipien sind über Jahrzehnte gewachsen und für die meisten Menschen wohl intuitiv nachvollziehbar.

Heute lagern die Informationen auch auf Medienträgern wie CD, DVD, der Festplatte des PC, auf dem hauseigenen oder einem externen Server, im Internet oder in einer Cloud. Sie haben unterschiedliche Formate (Bild, Ton, Text, Film usw.) und brauchen unterschiedliche Software zur Wiedergabe.

Nicht nur in Anbetracht der Menge stellt sich hier die Frage nach Ordnungsprinzipien und Suchmethoden neu. Die positiven Seiten der inzwischen oft zu einer unübersichtlich angewachsenen Menge an Informationen auf dem Computer und im Internet können nur sinnvoll genutzt werden, wenn sie auch gefunden werden.

*„Im Wirrwar der elektronischen Angebote weiß heute ein Nutzer kaum mehr, was er in den elektronischen Systemen wirklich suchen und finden kann. Vielmehr herrscht ein nicht verstandener Crossover zwischen Mensch und Maschine.“<sup>30</sup>*

### 3.3.1 PC

Die Ablagestruktur im Computer lehnt sich an das alte Aktenordnersystem an. Es gibt Ordner, in die Dateien abgelegt werden können. In diese Ordner können allerdings auch weitere Ordner abgelegt werden und so das Thema des Hauptordners immer weiter aufgliedern – ähnlich eines Registers in herkömmlichen Ordnern

Das A und O hier ist eine aussagekräftige Beschriftung von Ordnern und Dateien. Merkmale wie Datum, Größe, Format u.a. werden automatisch abgespeichert.

Mittels der Suche können auch verschwunden geglaubte Ordner oder Dateien wiedergefunden werden, vorausgesetzt, Titel, Datum o.ä. sind ungefähr bekannt.

---

30 Ball, R. (2013): Das Ende eines Monopols, S. 70

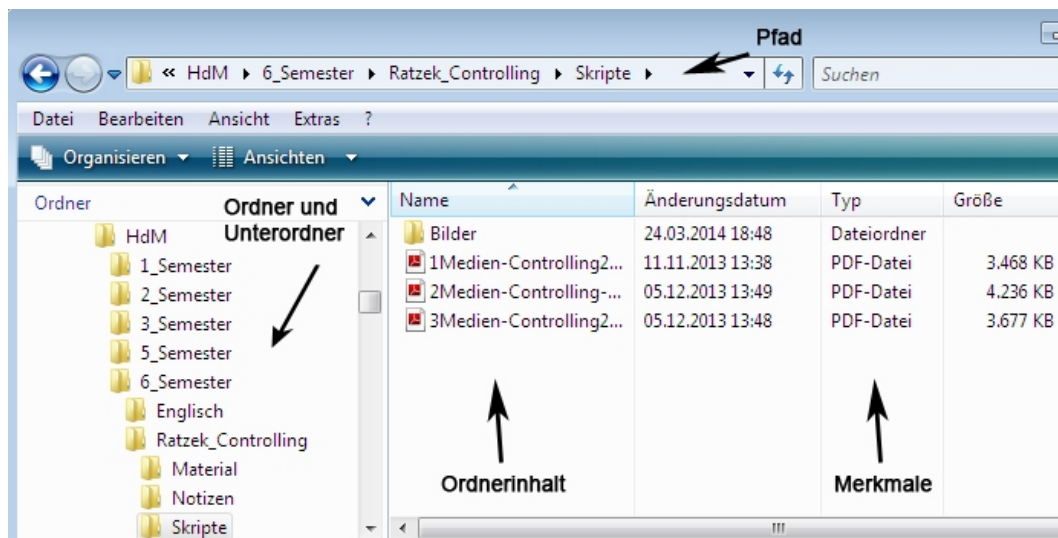


Abbildung 9: Ordnerstruktur auf einem gewöhnlichen PC

### 3.3.2 E-Mails

E-Mails werden automatisch in Ordnern gespeichert (Postein- und ausgang, Entwürfe, Spam), können aber auch individuell in weitere Ordner abgelegt werden (z.B. „Projekt XY“).

Eine Suche und die Sortierfunktion nach Datum, Absender oder Betreff helfen beim Wiederauffinden von E-Mails.

Hilfreich für den E-Mail-Verkehr ist einen klaren Betreff anzugeben. In geschäftlichen E-Mails wird erwartet, dass sich der Absender kurz fasst. Eine E-Mail per Cc an mehr Empfänger als nötig zu senden, wird dagegen nicht gerne gesehen.<sup>31</sup>

### 3.3.3 Internet

Im Internet ist sowohl das Auffinden von relevanten Informationen oft ein Problem, als auch das Ablegen, da sich Webinhalte nicht so einfach speichern lassen, oft ändern oder plötzlich ganz verschwinden.

Eine **Suchmaschine** dient dem leichteren Auffinden von Informationen. Nach Eingabe eines oder mehrerer Suchbegriffe erscheint eine Trefferliste mit Links zu den entsprechenden Webseiten. Wenn die Trefferquote hoch ist, hilft das allerdings nur bedingt,

31 Binder-Kissel, U. (2008): E-Mail-Knigge. S. 19

Google wird am häufigsten benutzt: im September 2013 entfielen 70,53% aller Suchanfragen auf Google.<sup>32</sup> Wie wir inzwischen wissen, werden die Ergebnisse hier nicht unbedingt nach Relevanz sortiert.<sup>33</sup> Häufig sind die ersten Plätze auf der Trefferliste kommerzielle, also gekaufte Plätze, die manchmal nicht viel mit dem gesuchten Begriff zu tun haben. Auch kommt es darauf an, wie professionell eine Website programmiert wurde und ob die Metatags\* gut gewählt sind. Eine Website kann noch so fundierte Informationen enthalten, wenn sie über die Suchmaschine nicht gefunden wird, bzw. auf den hinteren Rängen steht, bleibt sie unbeachtet.

In der **Favoritenleiste** des Browsers kann der Link zu einer relevanten Website gespeichert und in entsprechende Ordner sortiert werden, um die Webseite bei Bedarf schnell wieder aufrufen zu können.

**Newsletter** oder **RSS-Feeds** sollen den Zweck erfüllen, für ein bestimmtes Interessengebiet die passenden Informationen automatisch an den Nutzer, der sie abonniert hat, zu liefern, ohne dass er ständig auf den entsprechenden Webseiten nach Neuigkeiten schauen zu muss.

Als weitere thematische Filtermethode können **Foren** oder **Wikis** angesehen werden. Hier werden Informationen zu definierten Themenbereichen veröffentlicht und ausgetauscht. Oft helfen sie allerdings nur kurzfristig, weil es inzwischen so viele davon gibt, von unterschiedlicher Aktualität und Qualität,

### 3.3.4 Ordnung halten

Abgesehen von den zur Verfügung stehenden technischen Möglichkeiten zum Finden und Ablegen von Informationen ist der Nutzer selber wesentlich daran beteiligt, ob er den Überblick im Umgang mit den Daten behält.

Neben dem nötigen Maß an Medien- bzw. Informationskompetenz\*\*\* ist ein systematisches und strukturiertes Vorgehen bei der Verwaltung von

---

32 Vgl. Statista, Hrsg. (2013): Marktanteile der Suchmaschinen weltweit im September 2013 [elektronische Quelle]

33 Vgl. Otte, M. (2009): Der Informations Crash, S. 112

\* Begriffe, die auf den Inhalt der Seite schließen lassen

\*\* Mehr dazu in Kapitel 4.3.2

Informationen wichtig. Ob und in welchem Maß das jemand kann, hängt auch von seiner Persönlichkeit ab. Ohne die psychologischen Aspekte tiefer beleuchten zu wollen, kann doch festgestellt werden, dass Menschen, die sich schwer entscheiden können, was wichtig ist und was nicht und die schon Schwierigkeiten haben eine herkömmliche Ablage systematisch zu führen (Folge: unsortierte Papierstapel), bei der Nutzung der Neuen Medien vor noch größeren Problemen stehen.

In Anbetracht der gewachsenen Menge an Informationen, kann festgestellt werden: Der moderne Mensch muss systematisch veranlagt sein, entscheidungsfreudig und ordnungsliebend, um nicht im Chaos zu versinken.

## 4 Informationen im Überfluss und Bibliotheken

Vor dem Hintergrund der vorhergehenden Kapitel kann nun ein konkreter Blick auf die Bibliotheken geworfen werden. Bibliotheken sind Hort und Vermittlungsort von großen Mengen an Informationen; sie müssten dem Phänomen der Informationsflut, die Menschen privat und beruflich oft überfordert, eigentlich souverän gegenüberstehen.

Ein Blick auf die einzelnen Betätigungsfelder einer Öffentlichen Bibliothek soll eine Übersicht über die sich ändernden Bedingungen geben, sowohl in Bezug auf die Informationen, die sie anbietet, als auch auf die Informationen, die für die internen Arbeitsabläufe der Bibliothek nötig sind

### 4.1 EDV und Internet in Bibliotheken

*Die Diskussion über die Zweckmäßigkeit der Einführung der EDV in die Geschäftsabläufe von Katalogisierung, Erwerbung und Ausleihe begann im Bibliothekswesen der Bundesrepublik Deutschland Anfang der 60er Jahre.<sup>34</sup>*

Seitdem haben sich die Angebote und Arbeitsabläufe in Bibliotheken in vielfacher Hinsicht teilweise drastisch geändert, auch wenn das Ausmaß der Nutzung von EDV und Internet in den Bibliotheken sicherlich sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Eine deutliche Tendenz weg vom Papier hin zu digitalen Inhalten kann jedoch, besonders was den Service und die internen Arbeitsabläufen betrifft, als sicher angenommen werden.

Die neuen technischen Möglichkeiten bringen einerseits eine enorme Zeiterparnis, weil sich das Auffinden und Verarbeiten von Informationen beschleunigt. Auf der anderen Seite muss aber auch Zeit für das Einlernen in neue Prozesse und Programme und in die Auseinandersetzungen mit den Spezifika der Neuen Medien investiert werden.

---

34 Kaltwasser, F.G. (2007): Bibliotheksarbeit. S. 144



### 4.2.1 Medienangebote

Bisher fand die Informationsbereitstellung in Bibliotheken in Form von Printmedien statt. Inzwischen sind immer mehr elektronische, digitale und virtuelle Medien dazugekommen: Musik (Kassetten, CDs), Hörbücher, Filme (VHS, DVD, Blue-Ray), Spiele (PC- und Konsolenspiele) und schließlich PCs mit Datenverarbeitungssoftware, Onlinezugängen zum Internet und Zugriffsmöglichkeiten auf Datenbanken und E-Medien.

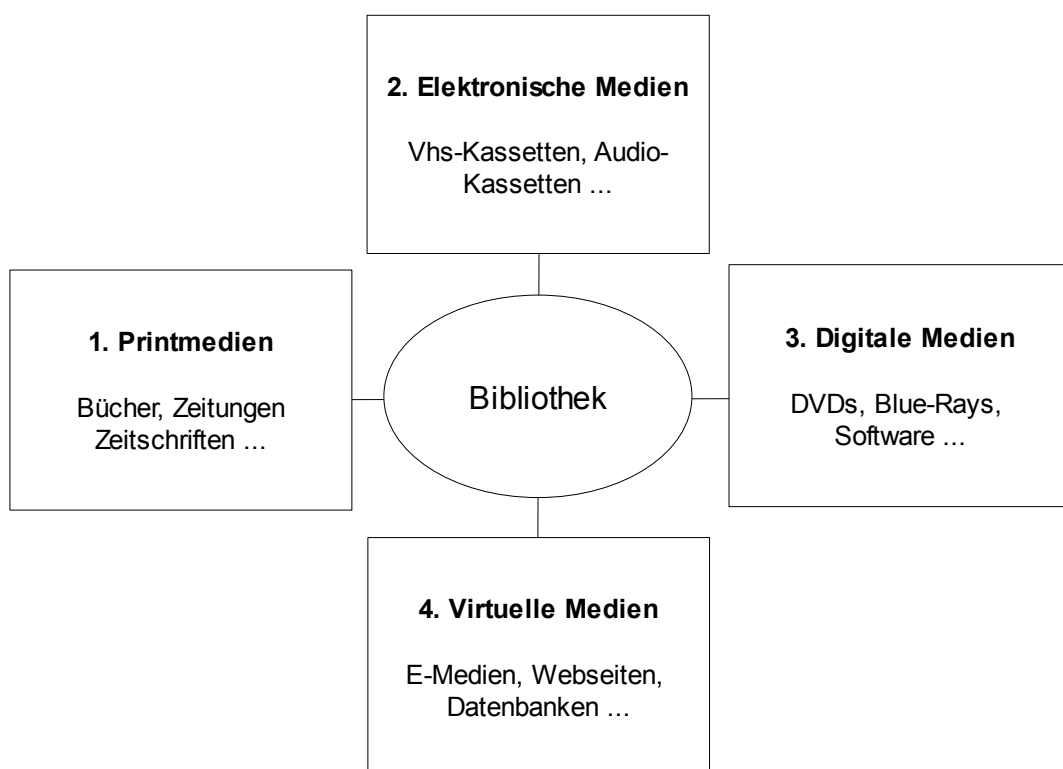


Abbildung 10: Auswahl von Medienangeboten in Bibliotheken

Auf welche dieser Medienarten eine Bibliothek ihre Schwerpunkte setzt, kommt auf deren Ausrichtung und Möglichkeiten an. Besonders die virtuellen Medienangebote stellen für eine Bibliothek organisatorische, technische, rechtliche und finanzielle Herausforderungen, aber natürlich auch Chancen dar.

Wenn sich die Bibliothek in erster Linie als Dienstleister ansieht, wird sie sich dem Kundenwunsch fügen und aktuelle, attraktive Medien anbieten. Zur Zeit bedeutet das konkret: digitale und virtuelle Medien.

Speziell für E-Books lässt sich der Bedarf leicht am Konsumverhalten ablesen: Ein Fünftel (21 %) aller Bundesbürger liest E-Books.<sup>35</sup> Die rasche Verbreitung von virtuellen Angeboten wie E-Medien (E-Book, E-Paper, E-Audio, E-Music, E-Video), zum Beispiel über die ONLEIHE, ist demnach nachzuvollziehen. Laut dem Ticker der ONLEIHE<sup>36</sup> bieten im deutschsprachigen Raum bereits 1.752 Bibliotheken den Kunden über ihre Webseite E-Medien an.

Ein eingerichteter online-Zugriff auf Nachschlagewerke wie Brockhaus und Duden oder auf Datenbanken (zum Beispiel über den Datenbanken-Anbieter DigiBib) berücksichtigt ebenfalls den Bedarf an mehr virtuellen Medien.



Abbildung 11: Datenbankangebot der Stadtbibliothek Gütersloh

Wissenschaftliche Bibliotheken, die zusätzlich auch Zugänge zu ganz spezifischen Fachdatenbanken und Plattformen anbieten, sind auf diesem Gebiet noch wesentlich weiter. 2012 wurden in wissenschaftlichen Bibliotheken 41% der Erwerbungsmittel für digitale und elektronische\* Medien ausgegeben.<sup>37</sup>

35 Vgl. Bitkom, Hrsg. (2013): E-Books erobern den Massenmarkt [elektronische Quelle]

36 Divibib, Hrsg. (2013): Onleihe Ticker [elektronische Quelle]

\* Aus dem Zusammenhang ist zu schließen, dass es sich um virtuelle Medien handelt

37 Vgl. Hbz, Hrsg. (2013) Bibliotheken zählen! Berichtsjahr 2012, S. 4 [elektronische Quelle]

Die Entscheidung für den Schritt, Informationen über das Internet anzubieten, fällt vielen Bibliotheken allerdings nicht leicht, denn sie verlagert damit einen Teil ihres Medienangebots heraus aus den Räumen der Bibliothek. Das heißt: Kunden können auf die Medien zugreifen, ohne in die Bibliothek gehen zu müssen. Für manche Bibliothekare ist dies ein schmerzhafter Schritt und schürt die Sorge, dass die Kunden durch wachsende virtuelle Angebote der örtlichen Bibliothek immer öfter fernbleiben.

Bedenkenträgern gegenüber der Einrichtung von virtuellen Angeboten können folgende Argumente vorgebracht werden:

- Der freie Zugang zu den Medien, unabhängig von Öffnungszeiten und Ort wird auch Menschen ermöglicht, die auf Grund ihrer Arbeitszeiten, ihrer eingeschränkten Mobilität oder anderer Gründe normalerweise eine Bibliothek nicht aufsuchen können.
- Auch virtuelle Kunden lassen sich zählen und als Argument vor dem Unterhaltsträger für die starke Nutzung der Bibliothek vorbringen.
- Die Kooperation mit andern Bibliotheken kann beim gemeinsamen Kauf von virtuellen Medien zu einer Kostenersparnis führen.

#### 4.1.2 Katalog

Der Katalog, das Herzstück einer Bibliothek, hat im Laufe der Geschichte mehrfache inhaltliche und äußerliche Metamorphosen erlebt. Vor wenigen Jahrzehnten standen noch Schränke mit dem Zettelkatalog in den Bibliotheken. Ab Mitte der 1980er Jahre<sup>38</sup> gab es bereits erste Kataloge (OPAGS\*), auf die Kunden in der Bibliothek über den Kunden-PC selbständig zugreifen konnten. Seit Mitte der 1990er Jahre<sup>39</sup> ist der Zugriff auch über das Internet möglich. 2012 hatten immerhin bereits 1.907 von 7.979 Öffentlichen Bibliotheken einen Web-OPAG.<sup>40</sup>

---

38 Vgl. Plassmann, E.; Rösch, H.; Seefeld, J. u.a. (2011): Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 53

\* Erklärung OPAG: Online Public Access Catalog

39 Plassmann, E.; Rösch, H.; Seefeld, J. u.a. (2011): Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 55

40 Vgl. Hbz, Hrsg. (2013): DBS – Deutsche Bibliotheksstatistik. Öffentliche Bibliotheken – Gesamtstatistik, S. 3 [elektronische Quelle]

Die OPAGs sehen hinsichtlich ihrer Benutzerfreundlichkeit allerdings noch sehr unterschiedlich aus. Ein Katalog, dessen Funktionen und Begrifflichkeiten (zum Beispiel „Schlagwort“, „Stichwort“, „Index“) nur von den Bibliothekaren oder sehr geübten Kunden verstanden werden, ist nicht sehr zweckmäßig.

Abhängig von der Bibliothekssoftware, mit der ein Katalog gepflegt wird, sind hier die Entwicklungsmöglichkeiten nach oben offen, zum Beispiel durch die Einbindung von ergänzenden Informationen zu den jeweiligen Titeln wie Inhaltsangaben, Empfehlungen oder Titelbildern. Auch die Möglichkeit Listen mit Rechercheergebnissen zu erstellen oder die Verknüpfung zu Literaturverwaltungsprogrammen ist ein zusätzlicher Service für die Kunden.

Bibliotheken schließen sich immer mehr zu Verbünden zusammen. Das hat u.a. den Vorteil, dass alle beteiligten Bibliotheken auf einen gemeinsamen Katalog Zugriff haben und sich gegenseitig mit benötigten Medien versorgen können (Fernleihe). Zudem bieten Verbünde den Vorteil, dass sich nicht jede Bibliothek einzeln um die Katalogisierung ihrer Medien kümmern muss, sondern die einmal aufgenommenen Katalogisate, soweit sie nicht schon vom Lieferanten bereitgestellt werden, zwischen den Bibliotheken ausgetauscht werden können (Fremddatenübernahme).

#### **4.1.3 Auskunft und Service**

Einen guten Kundenservice zu haben, ist ein Anspruch, den eine Bibliothek in der Regel an sich selber stellt. Inzwischen wird dieser Service jedoch vermehrt durch Maschinen, weniger durch Menschen erfüllt.

Auch wenn Bibliothekare in der Regel weiterhin für Auskünfte und Beratung zur Verfügung stehen, hat der persönliche Kontakt zwischen ihnen und den Kunden jedoch, besonders in mittleren und größeren Bibliotheken, abgenommen. Die Kunden können selbständig an einem der Kunden-PCs im OPAG der Bibliothek nach Titeln suchen und ihre ausgeliehenen Medien an Automaten verbuchen oder zurückgeben .

Häufig ist nicht einmal mehr der Gang in die Bibliothek nötig, wenn die Kunden recherchieren, Medien verlängern oder sie vormerken lassen wollen. Es reicht

ein eigener PC mit Internetanschluss, um das, egal von wo und zu welcher Uhrzeit, über die Website der Bibliothek zu erledigen. Sogar Informationsdienste werden von manchen Bibliotheken inzwischen per E-Mail oder im Chat angeboten.



Abbildung 12: Ina, die virtuelle Ansprechpartnerin der Hamburger Bücherhallen

#### 4.1.4 Veranstaltungen

Für die üblichen Veranstaltungen in Bibliotheken wie Lesungen, Vorträge, Ausstellungen, Konzerte, Literaturkreise oder dem Kinder-Programm, spielen EDV und Internet keine allzu große Rolle; höchstens es wird für eine Präsentation ein Beamer anstatt eines Diaprojektors eingesetzt.

Manche Bibliotheken, zum Beispiel die Stadtbibliothek Stuttgart, bieten auf ihrer Webseite jedoch Mitschnitte (Podcasts) von Lesungen und Vorträgen an.<sup>41</sup>

Veranstaltungen wie zum Beispiel EDV-Schulungsangebote, Bewerbungs-Training, Informationskompetenz-Workshops usw. setzen allerdings die Bereitstellung der entsprechenden Hard- und Software voraus.

#### 4.1.5 Öffentlichkeitsarbeit

Die klassischen Formen der Öffentlichkeitsarbeit von Bibliotheken waren bisher zum Beispiel Pressemitteilungen an die Zeitung, Plakate oder Programmhefte. Inzwischen informieren viele Bibliotheken zusätzlich auch per Newsletter, über die eigene Website oder ein soziales Netzwerk im Internet über Neuigkeiten und Veranstaltungen. Darauf wird in Kapitel 4.3.3 noch näher eingegangen.

<sup>41</sup> Stadtbibliothek Stuttgart, Hrsg. (2014): Podcasts – Audiobooks. [elektronische Quelle]

#### 4.1.6 Interne Arbeitsabläufe

Für die internen Abläufen in Bibliotheken spielt die EDV und die Vernetzung über das Internet zunehmend eine entscheidende Rolle.

Es gibt inzwischen zahlreiche Bibliotheksmanagementsysteme, die speziell für die Bedürfnisse von Bibliotheken konzipiert wurden. Mit dieser Software und einer angebundenen Datenbank lassen sich bibliotheksrelevante Informationen (Daten) speichern, verarbeiten und austauschen. Das erleichtert besonders Vorgänge wie die Medienbestellung, die Pflege des OPAG und die Ausleihverbuchung, die früher noch sehr aufwändig und papierlastig waren.

Statistische Erhebungen können durch ein paar Mausklicks einen schnellen Überblick über die aktuelle Situation der Bibliothek (Benutzerzahlen, Mediennutzung usw.) ermöglichen und sind Grundlage für entsprechende Maßnahmen, wie zum Beispiel Werbung für besondere Zielgruppen, Anpassung des Etats für bestimmte Medien oder Argumentationshilfen vor dem Unterhaltsträger.

Die Software lässt sich auch mit Geräten wie Verbuchungs-, Rückgabe- oder Gebührenautomaten verknüpfen. Damit werden die jeweiligen Vorgänge beschleunigt und es entfällt wenig anspruchsvolle Arbeit für die Bibliothekare.\*

##### 4.1.6.1 Informationsflüsse

Nicht zu unterschätzen ist das Netzwerk, das die Bibliothek hat und mit dem sie kommunizieren muss. Persönlich, schriftlich, telefonisch lief das früher, heute kommen E-Mail und Internet dazu, um Kontakte zu pflegen, Informationen einzuholen und weiterzugeben.

Diese Informationsflüsse sind für die Kunden nicht auf den ersten Blick erkennbar, stellen aber eine absolute Notwendigkeit dar, damit die Bibliothek überhaupt funktionieren kann.

Die folgende Abbildung stellt eine beispielhafte Auflistung der möglichen Kontaktgruppen dar und kann natürlich von Bibliothek zu Bibliothek unterschiedlich sein.

---

\* Aufgaben wie die Digitalisierung von Beständen und die Sammlung (auch von digitalen und virtuellen Medien) bleiben hier unberücksichtigt, da sie vorrangig von wissenschaftlichen Bibliotheken erfüllt werden.

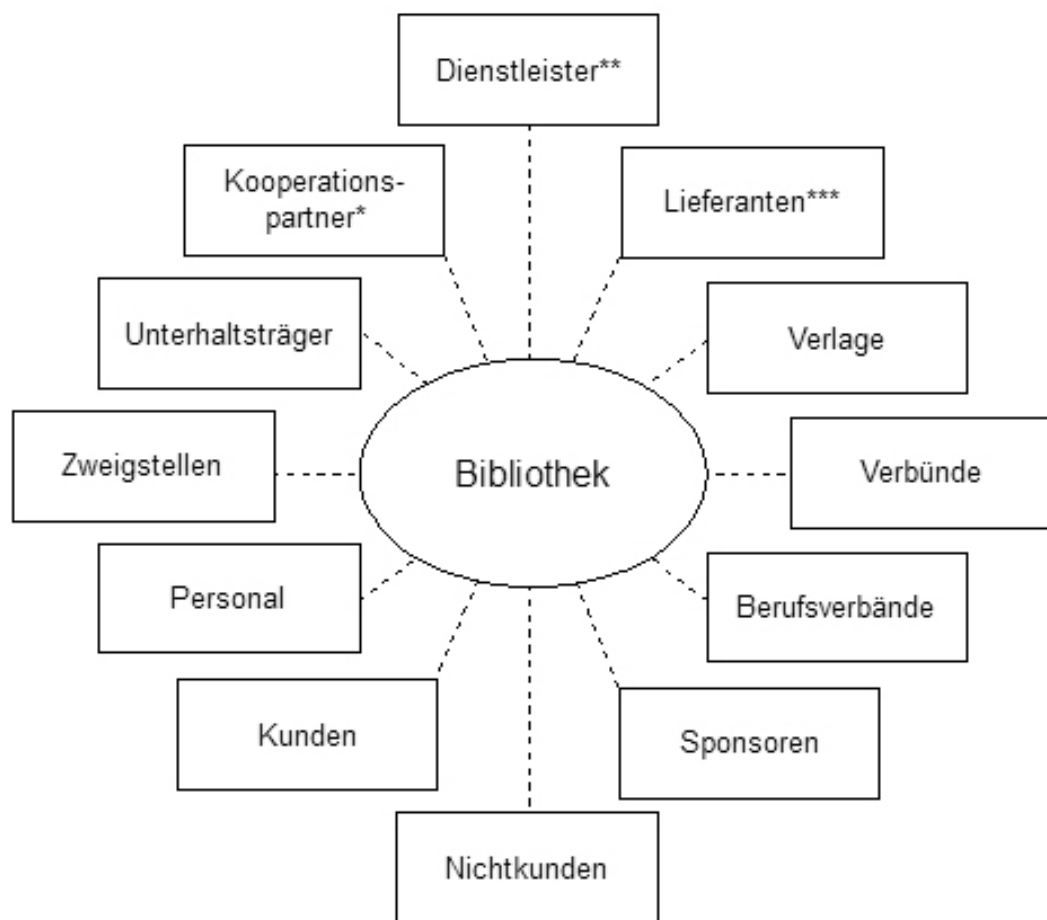


Abbildung 13: Informationsflüsse in einer Öffentlichen Bibliothek

## 4.2 Ist das Internet eine Konkurrenz für Bibliotheken?

Bei all den Informationen und Möglichkeiten, die das Internet bietet, kann die Frage aufkommen, ob es zur ernstzunehmenden Konkurrenz für Bibliotheken geworden ist bzw. werden kann. Rafael Ball schreibt provokativ: „*Wikipedia beantwortet unsere Fragen schnell und interaktiv – besser als jeder Bibliothekar an der Infotheke einer Bibliothek.*“<sup>42</sup>

Im Gegensatz zu Kunden von wissenschaftlichen Bibliotheken, die in der Regel fachspezifische und detaillierte Informationen benötigen, sind die Ansprüche der

\* zum Beispiel. Schulen, Volkshochschule, Museen

\*\* zum Beispiel. Reinigungsfirma, Handwerker

\*\*\* zum Beispiel für Hard- und Software, Bürobedarf, Bibliotheksbedarf

42 Ball, R. (2013): Das Ende eines Monopols, S. 9

Kunden von Öffentlichen Bibliotheken unter Umständen nicht so hoch. Für sie könnte ein Blick ins Internet, mit Hilfe von Google und Wikipedia, oft der einfachere Weg sein, um an die gesuchten Informationen zu kommen. Das Kochrezept oder der Verbraucher-Tipp daheim auszudrucken ist weniger aufwändig, als extra in die Bibliothek zu gehen.

#### 4.2.1 Ergebnisse der Bibliotheksstatistik

Folgt man Balls Aussage, müsste sich ein deutlicher Kundenschwund bei Öffentlichen Bibliotheken bemerkbar machen. Zur Überprüfung soll nun, anhand der Bibliotheksstatistik, die Entwicklung der Benutzer- und Entleihungszahlen innerhalb von 10 Jahren betrachtet werden.

Jahr		Anzahl der teilnehmenden Bibliotheken	Entleihungen in Mio.	Entleiher in Mio.
2001	Öffentliche Bibliotheken	7703	307	8,30
2001	Wissenschaftliche Bibliotheken	279	69	2,63
2001	<b>gesamt</b>	<b>7982</b>	<b>376</b>	<b>10,94</b>
2006	Öffentliche Bibliotheken	8672	347	8,19
2006	Wissenschaftliche Bibliotheken	248	85	2,81
2006	<b>gesamt</b>	<b>8920</b>	<b>432</b>	<b>11</b>
2011	Öffentliche Bibliotheken	8131	380	7,90
2011	Wissenschaftliche Bibliotheken	250	92	2,84
2011	<b>gesamt</b>	<b>8381</b>	<b>472</b>	<b>10,74</b>

*Tabelle 4: Daten aus der Deutschen Bibliotheksstatistik 2001, 2006, 2011*

Auf den ersten Blick sind die Entleihungen in beiden Bibliothekstypen gestiegen. Die Entleiher sind in den Öffentlichen Bibliotheken gesunken und in den wissenschaftlichen Bibliotheken gestiegen.

Da allerdings jedes Jahr eine unterschiedliche Anzahl von Bibliotheken an der Deutschen Bibliotheksstatistik teilnahm, müssen die Ergebnisse durch die jeweilige Anzahl der Bibliotheken dividiert werden.



Jahr	Entleihungen pro ÖB	Entleiher pro ÖB	Entleihungen pro Entleiher ÖB	Entleihungen pro WB	Entleiher pro WB	Entleihungen pro Entleiher WB
2001	39 855	1077	37	247 311	9426	26
2006	40 013	944	42	342 741	11 331	30
2011	46 735	971	48	368 000	11 360	32

Tabelle 5: Berechnung aus den oben dargestellten Daten

Hiernach zeigt sich jedoch ein Bild, das in der Aussage mit dem ersten übereinstimmt:

In den wissenschaftlichen Bibliotheken entleihen mehr Nutzer mehr Medien.

In den Öffentlichen Bibliotheken entleihen weniger Nutzer mehr Medien.

Der vermutete Nutzerschwund ist also eingetreten, wenn auch nicht so dramatisch wie vielleicht erwartet.

Ob diese zu- und abnehmenden Zahlen nun wirklich nur mit dem konkurrierenden Informationsangebot im Internet zu tun haben, lässt sich nicht eindeutig feststellen. Faktoren wie zum Beispiel die Auswahl der teilnehmenden Bibliotheken, die Auswahl des jeweiligen Medienangebots, die Zugriffsmöglichkeiten auf lizenzierte Datenbanken und E-Medien u.a. können ebenso eine Rolle spielen.

#### 4.2.2 Ergebnisse der Nichtnutzer-Studie

Eine Studie des Deutschen Bibliotheksverbandes und der Stiftung Lesen von 2012 zeigt Ergebnisse, die ebenfalls zu denken geben. Nichtnutzer (28 % der Gesamtbevölkerung) und ehemalige Nutzer (41 % der Gesamtbevölkerung) wurden zu den Gründen ihrer Nichtnutzung von Öffentlichen Bibliotheken befragt. Von beiden Gruppen gaben jeweils 61% an „*Was ich lesen möchte, bekomme ich auf anderem Weg schneller, zum Beispiel. im Internet.*“<sup>43</sup>

Diese Aussage ist ein konkreter Ansatzpunkt für Bibliotheken, um zu überlegen ob und wie sie ehemalige Nutzer und Nichtnutzer dazu bewegen können, Bibliothekskunden zu werden.

<sup>43</sup> Deutscher Bibliotheksverband e.V.; Institut für Lese- und Medienforschung der Stiftung Lesen 2012, Hrsg. (2012): Ursachen und Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken in Deutschland, S. 34 [elektronische Quelle]

### 4.3 Reaktionsmöglichkeiten der Bibliotheken

*„Das gezielte Auffinden, die stichhaltige Bewertung und die kompetente Vermittlung von Informationen verlangen Profis, gerade in den Zeiten von Google und Yahoo mit ihren unzähligen Verweisen – gerade in den Zeiten von jährlich 80 000 Neuerscheinungen auf dem Buchmarkt.“<sup>44</sup>*

Diese Aussage kann als klarer Appell an Bibliotheken verstanden werden, sich verstärkt mit den Neuen Medien auseinander zu setzen und sinnvoll auf die Rahmenbedingungen der neuen Informationsfülle zu reagieren. Zum Beispiel indem sie ihren Kunden Orientierung in der Medienvielfalt und Hilfe zur Selbsthilfe bei der Recherche anbieten und auch, indem sie ihre Angebote dorthin ausweiten, wo sich die (potenziellen) Kunden aufhalten, nämlich ins Internet.

Ohne Frage sind viele Bibliotheken schon in dieser Richtung aktiv, doch zur Verdeutlichung werden trotzdem im Folgenden mögliche Handlungsfelder aufgeführt.

#### 4.3.1 Informationsaufbereitung

Eine Bibliothek kann ihren Kunden einen erleichterten Zugang und eine bessere Orientierung bieten, wenn sie für bestimmte Medien, durch Hervorhebung vom übrigen Angebot, eine Empfehlung ausspricht.

Das einfachste Beispiel ist die **Platzierung** von besonders aktuellen oder lesenswerten Medien an prominenten Stellen der Bibliothek, zum Beispiel auf extra Ständern oder auf Augenhöhe in den Regalen.

**Büchertische**, mit einer Zusammenstellung von Medien zu einem bestimmten Thema, sind eine vielfach praktizierte und einfach umzusetzende Maßnahme. Vor allem wenn es um Inhalte geht, die prinzipiell häufig nachgefragt werden, oder die in der öffentlichen Diskussion aktuell eine Rolle spielen, ist dieser Service eine sinnvolle und attraktive Hilfestellung für die Kunden.

<sup>44</sup> Bertelsmann Stiftung Bundesvereinigung deutscher Bibliotheksverbände e.V., Hrsg. (2004): Bibliothek 2007, S. 8 [elektronische Quelle]

Eine weitere Möglichkeit sind **Literaturlisten** zu bestimmten Themen (zum Beispiel Literatur für die Vorbereitung für das Abitur, Literatur zur aktuellen Ausstellung eines nahen Museums, kommentierte Listen mit Neuerscheinungen usw.). Die Listen können entweder ausgedruckt in der Bibliothek ausliegen, auf Wunsch per E-Mail an die Kunden verschickt oder als PDF von der Webseite heruntergeladen werden, wie zum Beispiel das Literaturverzeichnis zur Sprachförderung der Augsburger Stadtbibliothek\*\*.

#### 4.3.1.1 Aufbereitung virtueller Medien

Wenn es jedoch um virtuelle Medien und Informationen geht, die sich nicht so einfach auf einem Ständer oder Tisch platzieren lassen, muss für deren Präsentation umgedacht werden.

Folgende Ergebnisse einer Umfrage des Landesbibliothekszenentrums Rheinland-Pfalz machen das deutlich. Gefragt wurde: „Wie sind Sie auf das Angebot der ONLEIHE aufmerksam geworden?“\*\*\*

Durch die Homepage der Bibliothek (36%)  
 Durch persönliche Ansprache durch Bibliothekspersonal (32%)  
 Durch Plakate, Lesezeichen, Kugelschreiber (25%)  
 Durch die Presse (16%)  
 Durch Freunde/Bekannte (11%)  
 Sonstiges (11%)  
 Durch diese Umfrage (1%)<sup>45</sup>

Noch schwieriger wird es, wenn nicht konkrete Medien (zum Beispiel E-Books) angeboten werden, sondern der Zugriff auf Datenbanken oder auf das Internet allgemein.

*„Der Leser wird als Endnutzer zurück verwiesen auf die Unmengen der digitalen Datenbestände und ihrer Suchmaschinen im Netz, still gestellt in der falschen Gewissheit einer vollständigen Informations- und Literaturübersicht. Somit verkehrt sich Sicherheit in ihr Gegenteil und aus Verfügbarkeit, Garantiertheit, Voraussehbarkeit, Berechenbarkeit und Haltbarkeit resultiert Konfusion.“<sup>46</sup>*

Anhand dieses etwas drastisch beschriebenen Sachverhalts wird doch deutlich, dass es sinnvoll und auch nötig ist, den Kunden eine Orientierungshilfe anzubie-

\* <http://www.stadtbuecherei.augsburg.de/index.php?id=20349>

\*\* 189 Teilnehmer. Mehrfachnennungen waren möglich.

45 Vgl. Landesbibliothekszenentrum Rheinland-Pfalz, Hrsg. (2011): Kundenumfrage 2011, S.1 [elektronische Quelle]

46 Ball, R. (2013): Das Ende eines Monopols, S. 70

ten. Sie sollten die Chance haben, auch seriöse und qualitativ wertvolle Inhalte in Datenbanken und im Internet zu finden und sich nicht nur mit den ersten Treffern von Google zufrieden geben müssen.

Hier kann die Bibliothek strukturierend ansetzen und versuchen, Informationen zu bündeln indem sie Links zu besonders empfehlenswerten Webseiten oder Datenbanken zusammenstellt, thematisch ordnet und auf ihrer eigenen Webseite bereitstellt. Diese Linklisten können zum Beispiel auf Informationen zur Region oder auf aktuelle Ereignisse verweisen und die Interessen und Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen berücksichtigen. Ein gutes Beispiel einer solchen Linkliste findet sich auf der Webseite der Hamburger Bücherhallen\*\*.

Wichtig hierbei ist es, dass die Links regelmäßig überprüft werden. Wenn der Kunde einen empfohlenen Link anklickt und nur auf eine „tote“ Seite trifft, wirft das ein denkbar schlechtes Licht auf die Bibliothek.

**Recherchedienste**, die in der Regel allerdings nur in sehr großen Bibliotheken angeboten werden, sind eine weitere, noch individuellere Möglichkeit, die Kunden mit für sie relevantem Material zu versorgen.

Theoretisch müsste dieses Angebot auch in kleineren Bibliotheken möglich sein, doch dort hat vermutlich kaum ein Bibliothekar die Zeit, sich über längere Zeit intensiv einer einzigen Recherche zu widmen und wird es mit der Empfehlung von ein paar Titeln aus dem OPAG bewenden lassen.

Manche Spezial- und Hochschulbibliotheken, bieten **personalisierte Informationsdienste** an. Der Kunde definiert sein Interessenprofil und bekommt in regelmäßigen Abständen automatisch die neuesten für ihn relevanten Informationen.<sup>47</sup> Derartige Dienste wären natürlich auch für Öffentliche Bibliotheken ein attraktiver Service.

Das Mindeste, was eine Bibliothek ihren Kunden anbieten kann, ist die Information über die virtuellen Angebote und jeweils eine klare und leicht verständliche Nutzungsanleitung sowohl in Papierform als auch auf ihrer Webseite denn, *„erst die souveräne Nutzung der Ressourcen eines entwickelten Bibliothekswe-*

---

\* Unter <http://www.buecherhallen.de/e-links/>

47 Vgl. Plassmann, E.; Rösch, H.; Seefeld, J. u.a. (2011) Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 55

*sens trägt mit dazu bei, aus einer Informationsgesellschaft eine „informierte Gesellschaft“ zu machen“<sup>48</sup>*

#### **4.3.2 Vermittlung von Informationskompetenz**

*„Die Vermittlung von Medien- und Informationskompetenz ist für Bibliothekare und Informationsfachleute zu einer Kernaufgabe geworden. Sie vermitteln dabei die Fähigkeit, Informationen zu recherchieren, zu selektieren, zu bewerten und zu verarbeiten – unter Beachtung rechtlicher und ethischer Implikationen.“<sup>49</sup>*

Als eine Art Vorstufe der Vermittlung von Informationskompetenz kann das Veranstaltungsangebot zur Leseförderung und Medienkompetenz für Kinder angesehen werden. Hier liegt die Zielsetzung in erster Linie darin, Kinder mit der Bibliothek als Ort und mit den jeweils altersgerechten Medien vertraut zu machen.

Im Angebot für ältere Kinder und Jugendliche geht es darum, ihnen die Suche im Katalog der Bibliothek beizubringen und Sensibilität für den Umgang mit dem Internet zu erzeugen. Diese Veranstaltungen werden in der Regel in Kooperation mit den lokalen Schulen organisiert.

Nach Umstätter ist hier allerdings noch weiterer Handlungsbedarf: *„Die Unterscheidung zwischen dem, was man als Präsenzwissen im Kopf haben muss, wovon man nur zu wissen braucht, wo es steht und wovon man wissen muss, wie man es findet, wird in Schulen und Ausbildungseinrichtungen nicht klar genug erkannt. Es ist der von vielen Bibliothekaren mit Recht beklagte Mangel an Informationskompetenz.“<sup>50</sup>*

Zur Veranschaulichung: Ein Schüler sucht für sein Referat Informationen über Hermann Hesse. Er geht ins Internet und gibt bei Google „Hermann Hesse“ ein. Es erscheinen ungefähr 916.000 Treffer\*: Informationen auf kommerziellen und privaten Webseiten, von Gesellschaften, Verlagen oder Literaturfreunden. Falls der Schüler von seinem Lehrer nicht noch ein paar seriöse Quellen empfohlen bekam, wird er sich vermutlich, angesichts der unüberschaubaren

48 Hoffmann, H. (1985): Buchkultur und Informationstechnik, S. 219

49 Bibliothek Information Deutschland (Hrsg.) (2011): Medien- und Informationskompetenz, S. 8 [elektronische Quelle]

50 Umstätter, W. (2009): Zwischen Informationsflut und Wissenswachstum, S. 30

\* Abruf 12.3.2014

Auswahl und unterschiedlichen Relevanz, auf den wohlgeordneten Inhalt von Wikipedia beschränken.

*„Wir laufen Gefahr, von der Informationsflut weggespült zu werden, und bleiben dabei durstig nach Wissen, weil es uns nicht gelingt, aus der Menge die richtigen Schlucke zu nehmen.“<sup>51</sup>*

Die beschriebene Problematik der Auswahl von zu vielen Informationen legt nahe, dass Bibliotheken darauf reagieren und zwar nicht nur in Bezug auf Kinder und Jugendliche.

Auch wenn sich die Inhalte des Internets außerhalb des direkten Angebots einer Bibliothek befinden, sollte nicht nur den technischen Zugang dazu eröffnet werden. Wichtig ist, dass sich die Kunden hier orientieren können und die Informationen finden, die sie wirklich brauchen. Das heißt in erster Linie, dass sie lernen effektiv und effizient zu recherchieren.

#### **4.3.2.1 Veranstaltungen**

Veranstaltungen zur Informationskompetenz werden inzwischen an vielen Bibliotheken angeboten, könnte man nach Durchsicht der Veröffentlichung „Medien- und Informationskompetenz - immer mit Bibliotheken und Informationseinrichtungen!“<sup>52</sup> der Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheks- und Informationsverbände e.V. denken. Hier wird immerhin von einer „Kernaufgabe“ gesprochen. Nach ausführlicher Durchsicht zahlreicher Webseiten von Öffentlichen Bibliotheken entsteht jedoch der Eindruck, dass abgesehen von den Angeboten für Kinder und Schüler, noch viel Spielraum besteht. Das mag auch damit zusammenhängen, dass das Bewusstsein für die Relevanz von Informationskompetenz bei Menschen, die nicht unmittelbar durch ihren Beruf oder andere Anforderungen gezwungen sind seriöse Informationen zu finden, noch nicht sehr ausgeprägt ist.

Sinnvoll wäre es vielleicht, bestimmte Zielgruppen direkt mit für sie attraktiven Angeboten anzusprechen und in der Veranstaltung konkret auf deren Informationsbedürfnisse einzugehen. Beispielsweise Recherchekurse zum

<sup>51</sup> Königer, P.; Reithmayer, W. (1998): Management unstrukturierter Informationen, S.13

<sup>52</sup> Bibliothek Information Deutschland (Hrsg.) (2011): Medien- und Informationskompetenz [elektronische Quelle]

Thema Verbraucherfragen, Urlaubsplanung oder Hausbau-/kauf. Dabei können sowohl die Medienangebote der Bibliothek berücksichtigt werden, als auch Informationen im Internet.

Solche Veranstaltungen könnten folgende Teilbereiche umfassen:

- Einführung in die Aufstellungssystematik der Bibliothek und Funktionalität des Bibliothekskatalogs
- Recherche nach den relevanten Themen in Katalog, Internet
- Bewertung der themenrelevanten Informationsangebote im Internet und Datenbanken

Wichtig ist natürlich, dass Erklärungen und Übungen auf die Zielgruppe zugeschnitten, übersichtlich, unterhaltsam und leicht verständlich sind. Hilfestellung für Veranstaltungen zur Vermittlung von Informationskompetenz bieten zum Beispiel die Portale „Informationskompetenz“<sup>\*\*</sup> oder „Bildungsserver“<sup>\*\*\*</sup> an.

Ganz anders sieht es bei wissenschaftlichen Bibliotheken aus. Sie werden in der Regel von klar definierten Zielgruppen besucht, die sich in der Regel bei der Recherche im Internet nicht mit den erstbesten Google-Treffern zufrieden geben. Zudem bieten wissenschaftliche Bibliotheken oft zahlreiche Datenbanken und Arbeitsplattformen an, für deren sinnvolle Nutzung ein entsprechendes Know-how erforderlich ist.

Hier wird daher die Vermittlung von Informationskompetenz besonders hoch gehalten. Alleine im Jahr 2012 fanden an wissenschaftlichen Bibliotheken 48.700 Stunden Schulungen zur Informationskompetenz statt.<sup>53</sup>

#### **4.3.2.2 E-Tutorials**

Informationskompetenz kann auch mit Hilfe von E-Tutorials vermittelt werden. E-Tutorials in Form von Texten, Podcasts, Animationen oder Videos können direkt über die Website der Bibliothek abgerufen und selbständig durchgearbeitet werden.

---

\* URL: <http://www.informationskompetenz.de>

\*\* URL: <http://www.bildungsserver.de>

53 Hbz, Hrsg. (2013): Bibliotheken zählen! Berichtsjahr 2012, S.4 [elektronische Quelle]

E-Tutorials beantworten sowohl konkrete Fragen der Nutzer, zum Beispiel „Was bedeutet Trunkieren?“, oder sie behandeln ganze Themenblöcke wie zum Beispiel „Recherche im OPAC“.

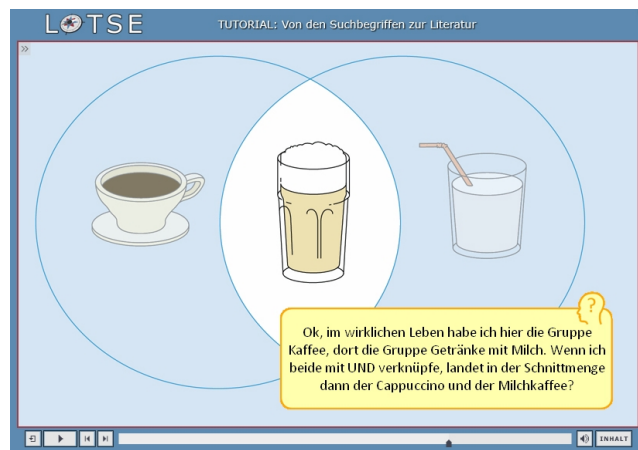


Abbildung 14:  
Tutorial "Wie kombiniere ich meine Suchbegriffe"

Ebenso wie bei einer Webseite oder einem Web 2.0-Auftritt hängt der Erfolg von einem E-Tutorial davon ab, wie professionell es konzipiert und gestaltet ist. Besonders zu beachten sind dabei die didaktische Qualität, Benutzerfreundlichkeit, ansprechende Ästhetik und ein verständliches Vokabular.

E-Tutorials sind in erster Linie bei Wissenschaftlichen Bibliotheken verbreitet, in Öffentlichen Bibliotheken werden sie bisher nur selten angeboten\*.

### 4.3.3 Information und Kommunikation im Internet

Bibliotheken müssen nicht in ihren Räumen auf die Kunden warten, sie können sich auch dorthin begeben, wo sich die (potenziellen) Kunden häufig aufhalten: ins Internet. Hier kann sie auf sich und ihre Angebote aufmerksam machen.

#### 4.3.3.1 Die Webseite der Bibliothek

Die Webseite einer Bibliothek im Internet kann sowohl als eine virtuelle Dienstleistung gesehen werden, zum Beispiel durch die Zugriffsmöglichkeit auf den OPAC, die ONLEIHE, auf E-Tutorials usw. oder auch als Marketinginstrument. Betrachtet man sie als Marketinginstrument eröffnet sie ganz neue Möglichkeiten der Kundenansprache und -Bindung.

Im Gegensatz zu den klassischen Werbemitteln wie Plakate oder Flyer kann sich eine Bibliothek auf ihrer eigenen Webseite multimedial, preiswert und

---

\*



ortsunabhängig präsentieren. 2012 hatten immerhin schon 2880 von 7979 Öffentlichen Bibliotheken einen eigenen Internetauftritt <sup>54</sup>

Die Spanne der Attraktivität und des Informationsgehalts ist allerdings sehr weit. Manche Webseiten beinhalten oft nicht viel mehr als die Kontaktdaten und ein paar nichtssagende Begrüßungsworte. In der Regel sind jedoch neben den Kontaktdaten, Öffnungszeiten, Ausleihbedingungen und einem Portrait des Teams immerhin der OPAG und das Veranstaltungsprogramm zu finden.



Abbildung 15: Website der Stadtbücherei Winnenden

Große Bibliotheken treten dagegen oft viel umfangreicher auf (was sicherlich auch mit den entsprechenden Finanz- und Personalressourcen zu tun hat) und haben eine professionell gestaltete und programmierte Webseite, die nicht nur als Eigenwerbung dient, sondern oft auch als Teil der Informationsvermittlung gesehen werden kann.

<sup>54</sup> Vgl. Hbz, Hrsg. (2013): DBS – Deutsche Bibliotheksstatistik. Öffentliche Bibliotheken – Gesamtstatistik, S.3 [elektronische Quelle]



Abbildung 16: Website der Bücherhallen Hamburg

Auf diesen Webseiten finden sich häufig Web 2.0 Elemente wie News-Ticker oder Blogs. Mit dem Angebot Newsletter und RSS-Feeds zu abonnieren, können die Nutzer direkt per E-Mail über Veranstaltungen, erworbene Medien oder sonstige Neuigkeiten aus der Bibliothek informiert werden, ohne dass sie extra auf die Webseite gehen müssen.

Über herkömmliche Websites können Bibliotheken ihre Kunden also in erster Linie informieren und virtuelle Dienstleistungen anbieten.

#### 4.3.3.2 Die Bibliothek im Web 2.0

Über soziale Netzwerke können Bibliotheken ihre Kunden sowohl informieren als auch auf eine denkbar einfache Weise direkt mit ihnen kommunizieren.

Gerade weil der persönliche Kontakt zu den Kunden in Bibliotheken langsam abnimmt oder ganz abbricht\*, sind die Kommunikationsmöglichkeiten sozialer Netzwerke wie Facebook oder Twitter gut geeignet, um den Kontakt, wenigstens virtuell, zu pflegen.

\* wie in Kapitel 4.1.3 beschrieben

Die Bibliothek kann direkt auf Fragen oder Beiträge von Kunden reagieren und somit die Angebote der Bibliothek transparenter machen. Die Meinungen und Anregungen der Kunden hilft ihr, deren Bedürfnisse zu verstehen und ihr Programm daraufhin zu überprüfen und unter Umständen entsprechend anzupassen.



Abbildung 17: Bibliotheken auf Facebook

Konkrete Umfragen zu verschiedenen, für die Bibliothek relevanten Themen sind hier zudem eine praktische Alternative zu aufwändigen Kundenbefragungen in der Bibliothek vor Ort.

Ebenso wie die Webseite kann ein Auftritt im Web 2.0 ganz nüchtern als Marketing-Instrument gesehen werden, durch das Kunden gebunden und neue (zum Beispiel durch Empfehlungen ihrer Freunde) hinzugewonnen werden können. Ein Auftritt bei Facebook eignet sich zudem besonders dazu, die jugendliche Zielgruppe weiterhin für die Angebote der Bibliothek zu interessieren..

Bisher haben sich allerdings noch nicht so viele Bibliotheken an einen Web 2.0-Auftritt getraut und wenn, sieht deren Profil, sowohl in Bezug auf den Inhalt als auch auf die Resonanz, oft eher bescheiden aus. Leider ist das Projekt BibCharts<sup>55</sup> des Leibniz-Informationszentrums Wirtschaft zur Zeit außer Betrieb. Hier wurden deutsche Bibliotheken gelistet, die einen Facebook- oder Twitter-Auftritt haben, sowie die Anzahl der jeweiligen Freunde bzw. Follower.

Für einen erfolgreichen Auftritt im sozialen Netzwerk sind besonders die folgenden Aspekte zu beachten:

<sup>55</sup> ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft, Hrsg. (2014): Bibcharts. [elektronische Quelle]

## **Inhalt und Stil**

Wichtig sind kurz gefasste Informationen, deren Inhalt für die Zielgruppe einen wirklichen Mehrwert darstellt. Falls für ein gepostetes Thema ein ausführlicherer Text nötig sein sollte, kann für mehr Informationen auf die Webseite der Bibliothek verlinkt werden.<sup>56</sup> Die Bibliothek sollte jedoch nicht der Verführung erliegen, durch unrelevante Posts die bestehende Informationsflut noch zu vergrößern. Auch der Tonfall sollte an die Zielgruppe angepasst sein, locker aber nicht unseriös.

## **Persönlichkeit**

Tréfás macht die interessante Feststellung, dass Bibliotheken im Web 2.0 als kommerzielle Unternehmen angesehen werden und daher keine emotionale Bindung zu den Nutzern entstehen kann. Um eine sinnvolle Kommunikation zwischen Bibliothek und Nutzer zu gestalten schlägt er vor, anstatt der Bibliothek einen Bibliothekar der Bibliothek zu präsentieren. *„Erst wenn die Bibliothek in der Person einer Bibliothekarin/eines Bibliothekars auf der gleichen Stufe wie die Nutzerinnen und Nutzer auftritt und für die Community einen Beitrag leistet, wird die Botschaft nicht als kommerzielles Angebot, sondern als Redebeitrag unter Gleichwertigen aufgefasst.“*<sup>57</sup>

## **Aktualität**

Das Web 2.0 lebt durch seine Dynamik, daher hat die ständige Pflege der Seite. allerhöchste Priorität. Es wäre kontraproduktiv, nur in großen Zeitabständen Informationen zu posten und Kommentare oder Fragen zu beantworten.

Der Aufwand, den das Verfassen und Beantworten der Posts für die Bibliothek bedeutet, muss bei der Planung eines Web 2.0-Auftritts natürlich berücksichtigt werden. Die Informationswissenschaftlerin Verena Lenes von der Stadtbibliothek Linz im Wissensturm veranschlagt alleine für die Sichtung der Posts (die Bibliothek hat über 1000 Fans) zwei bis drei Stunden pro Woche.<sup>58</sup>

---

56 Vgl. Gillitzer, B. (2011): Wir müssen, S. 236

57 Tréfás, D. (2013): Die Bibliothek 2.0 ist tot – es lebe der Bibliothekar 2.0, S. 26 [elektronische Quelle]

58 Vgl. Weidling, E. (2012): Social Media – eine Herausforderung für Bibliotheken, S. 67

#### 4.3.4 Bibliotheken als sozialer Raum

Gerade der zuletzt unter „Persönlichkeit“ genannte Aspekt der emotionalen Bindung zur Bibliothek und den Bibliothekaren, gewinnt in Zukunft vielleicht noch mehr an Gewicht. Die Qualität des Zwischenmenschlichen kommt angesichts der steigenden Technisierung unter Umständen immer mehr zu kurz.

Hier kann überlegt werden ob und wie sich Bibliotheken angesichts dieser Situation ausrichten, ob sie beim Service und der Einrichtung in erster Linie nur die Funktionalität berücksichtigen oder ob sie einen Ort mit Atmosphäre schaffen, an dem sich die Kunden wohlfühlen und miteinander in Kontakt kommen.

Thomas Köster: *„Herr Eigenbrodt, momentan scheint die Strategie von Bibliotheken und Verbänden auf eine totale Digitalisierung der Bestände – und damit auf die Abschaffung der Bücherei als konkretem Ort – hinauszulaufen. Trotzdem entstehen in Deutschland weiterhin teils spektakuläre Neubauten. Warum?“*

Olaf Eigenbrodt: *„Weil die Bibliothek als konkreter Raum gerade im Zeitalter der Digitalisierung wichtig ist. Nur haben sich die Akzente verschoben. Heute ist die Bibliothek kein Bücheraufbewahrungsort, sondern ein sozialer Raum, in dem sich Nutzer beim Lesen oder Surfen begegnen: ähnlich wie im Café mit WLAN, das ja auch nicht nötig, aber trotzdem beliebt ist.“<sup>59</sup>*

---

<sup>59</sup> Goethe-Institut, Hrsg. (2010): Die neue deutsche Bibliothek ist auch ein Wohnzimmer. [elektronische Quelle]

## 5 Informationen im Überfluss und Bibliothekare

Die Änderungen, die sich in Bibliotheken durch den vermehrten Einsatz von Technik ergeben, betreffen die Menschen, die dort arbeiten natürlich unmittelbar und zwar gleich in mehrfacher Hinsicht:

- Einmal als Mensch, der sich wie jeder andere auch, täglich mit vielen Informationen auseinandersetzen muss.
- Einmal als Bibliothekar, der mit neuartigen Medien konfrontiert wird und seinen Kunden den Zugang dazu ermöglichen soll.
- Einmal als Arbeitnehmer, dessen Existenzberechtigung durch vermehrte Automatisierung, die Neuen Medien im Internet und die steigende Medienkompetenz der Kunden auf längere Sicht u.U. in Frage gestellt wird.

*„War es für den gebildeten Bibliothekar des 18. Jahrhunderts noch eine Wonne, im Kreise seiner Bücher einfach nur zu sein, so ist es heute ein Fluch, im Strudel des Informationsozeans schwimmen zu müssen.“<sup>60</sup>*

Ob dies ein Fluch oder ein Segen ist bleibt noch zu klären, deutlich wird, dass sich die Anforderungen an einen Bibliothekar\*\* seit einigen Jahrzehnten drastisch verändert haben.

### 5.1 Kompetenzen Qualifikationen

Neue Medien und Medienträger bringen neue Aufgaben für Bibliothek und Bibliothekar mit sich. Alte Medien und Medienträger und die damit zusammenhängenden Aufgaben fallen dagegen weg. Dieser Wandel verändert den Berufsalltag des Bibliothekars, erfordern Flexibilität und neue Qualifikationen.

Neben den grundlegenden bibliothekarischen Kenntnissen werden von der Arbeitsagentur für die Ausübung des Berufs inzwischen folgende Kompetenzen als möglicherweise bedeutsam angesehen:

---

<sup>60</sup> Ball, R. (2013): Das Ende eines Monopols, S. 14f

\* Selbstverständlich sind mit „Bibliothekar“ auch Bibliothekarinnen gemeint

Bibliotheks- und Archivsoftware anwenden, Content-Management-Systeme (CMS) einsetzen, Informationstechnik, Computertechnik, Internet-, Intranettechnik.<sup>61</sup>

Der direkte Umgang mit den Kunden hingegen, die Durchführung von Veranstaltungen, die Vermittlung von Medien- und Informationskompetenz, erfordert (sozial-) pädagogische und didaktische Qualifikationen, sowie Redegewandtheit, Kundenorientierung und Kreativität.

Der Bibliothekar muss sich, besonders wenn er eine Führungsposition hat, zudem noch mit Kalkulation, Marketing, Marktforschung, Öffentlichkeitsarbeit<sup>62</sup> auskennen und das sind Bereiche, die ebenfalls einem stetigen Wandel unterworfen sind.

Welche Kompetenzen der Bibliothekar in welchem Umfang haben sollte, hängt stark davon ab, wo er arbeitet, denn *„die Vielfalt der Aufgaben und der Verantwortungsbereiche sind in der Regel umso größer, je kleiner die Bibliothek oder Informationseinrichtung ist. Der Spezialisierungsgrad steigt in sehr großen Einrichtungen“*.<sup>63</sup>

Ein Bibliothekar soll unter Umständen also eine ganze Bandbreite an Bereichen abdecken, für die es eigentlich jeweils Spezialisten gibt, das heißt Informatiker, Lehrer/Sozialpädagogen und Betriebswirte. Umlauf sieht daher im Beruf des Bibliothekars aus heutiger Sicht einen Verschnitt aus den drei genannten Berufen.<sup>64</sup>

### 5.1.1 Informationstechnik

Die Frage ist, können Bibliothekare das leisten?

Unabhängig von den breit gefächerten Qualifikationen, die für diesen Beruf offensichtlich nötig sind, kann hier ein besonderes Augenmerk auf die informationstechnische Kompetenz gelegt werden, die vor Einführung der EDV so nicht nötig war. Inzwischen stellt sie eine essenzielle Voraussetzung für den Umgang mit

61 Vgl. Arbeitsagentur, Hrsg. (2014): Bibliothekar. [elektronische Quelle]

62 Vgl. Arbeitsagentur, Hrsg. (2014): Bibliothekar. [elektronische Quelle]

63 BIB Berufsverband Information Bibliothek e.V., Hrsg. (2014): Berufsbild Bibliothekar(in). [elektronische Quelle]

64 Vgl. Umlauf, K. (1999): Zukunft der Bibliotheken und der bibliothekarischen Berufe. [elektronische Quelle]

den „neuen“ Informationen dar, denn der Zuständigkeitsbereich des Bibliothekars hat sich ausgedehnt, aus den Räumen der Bibliothek hinaus in die weltweite virtuelle Welt.

*„Der Medienwandel erfordert eine Anpassungsfähigkeit, die von jungen Kolleginnen und Kollegen gern getragen wird, aber einige Ältere überfordert oder auf Gleichgültigkeit stößt.“<sup>65</sup>*

Diese Aussage kann zwar als Klischee abgetan werden, zeigt jedoch, dass es durchaus Konfliktpotenzial geben kann. Unabhängig vom Alter spielt sicherlich auch die Motivation, mit der dieser Beruf ergriffen wurde, eine Rolle und ob dabei der Umgang mit Menschen, Medien oder mit Technik im Vordergrund stand.

Heute sollte ein Bibliothekar mit der Bibliothekssoftware, den Kunden-PCs, Datenbanken, dem Internet und den vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten der Neuen Medien, souverän umgehen können. Wie sollte er dem Kunden sonst, als Lotse in der Informationsflut, behilflich sein, wenn er die Orientierung verliert und selber darin ertrinkt?

Wie einzelne Bibliothekare diese Situation sehen, sollte anhand einer entsprechenden Umfrage dargestellt werden. Leider war es keinem der zwölf angeschriebenen Bibliothekare möglich, die gestellten Fragen zu beantworten.

### **5.1.2 Fortbildung**

Die technische Entwicklung schreitet voran, die beruflichen Anforderungen ändern sich und das Thema „Lebenslanges Lernen“ betrifft also auch Bibliothekare, die sich um ständige Fortbildung bemühen müssen.

*„Zwar steht dem Bibliothekssystem ein reiches Fortbildungsangebot zur Verfügung, doch insgesamt beruhen die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen und Berufswegplanung weitgehend auf individueller Initiative.“<sup>66</sup>*

Das heißt für Bibliothekare, die nicht auf dem letzten Stand ihrer Ausbildung bleiben wollen und nicht das Glück haben in einer gut organisierten Großstadtbiblio-

<sup>65</sup> Dudeck, J.; Koball, K. (2012): Von der Netzwerkerin zum Medienpädagogen, S. 224

<sup>66</sup> Umlauf, K. (2002): Professionsveränderung in netzwerkbezogenen Arbeitsumgebungen, S. 67



thek zu arbeiten in der Regel, dass sie sich in ihrer Freizeit und auf eigene Kosten um Fortbildung bemühen müssen.

## 5.2 Engagement

*„Von der Professionalität, der Flexibilität und der Kreativität der Bibliothekare wird es abhängen, ob das Bibliothekssystem in der Informationsgesellschaft zur zentralen Infrastruktur wird, oder ob es den Marginalisierungsprozess durchläuft.“<sup>67</sup>*

Der Bibliothekar steht demnach unter einem gewissen Erfolgsdruck, um seine Daseinsberechtigung aufrecht zu erhalten.

Dagegen sieht er sich Rahmenbedingungen gegenüber, die nur bedingt motivierend sind: Dem oben erwähnten „Verschnitt“ des Berufs, der Notwendigkeit zur ständigen Weiterbildung, der technischen Rationalisierung und der Finanznot der Kommunen, die sowohl Einfluss auf den kreativen Handlungsspielraum als auch auf die Personalpolitik der Bibliotheken hat.

Die Perspektiven für Bibliothekare werden wie folgt beschrieben und mögen für manchen wie Hohn klingen:

*„Insgesamt bietet der Arbeitsmarkt Bibliothekaren und anderen Informationsfachleuten gute wachsende Chancen, wenn die Bewerber räumlich mobil, flexibel einsetzbar und leistungsorientiert sind, [...], mit modernen Arbeits- und Werkvertragsformen, wie z.b. befristeter Mitarbeit in Projekten, intelligent umgehen und vor allem exzellente Kenntnisse im Einsatz von Datenbanken, Internettechnologien und im Informationsmanagement haben.“<sup>68</sup>*

Wer als Bibliothekar weiterhin glaubt, es wäre *„eine Wonne, im Kreise seiner Bücher einfach nur zu sein“*,<sup>69</sup> wird wohl früher oder später gezwungen sein, sich neu zu erfinden.

67 Vgl. Plassmann, E.; Rösch, H.; Seefeld, J. u.a. (2011): Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 32

68 Vgl. Plassmann, E.; Rösch, H.; Seefeld, J. u.a. (2011) Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland, S. 312

69 Ball, R. (2013): Das Ende eines Monopols, S. 14f

## 6 Fazit

Betrachtet man die drei hauptsächlichen Arbeitsbereiche von Bibliothekaren, die Medienbeschaffung, Erschließung und Bereitstellung, kann festgestellt werden, dass besonders die ersten beiden mittels Automatisierungstechnik, Kooperation mit anderen Bibliotheken und Outsourcing abnehmen. Dafür fällt dem dritten um so mehr Gewicht zu, der Medienbereitstellung.

Hierbei geht es nicht mehr nur um die örtlich verfügbaren Medien der Bibliothek, sondern vermehrt auch um Informationen aus dem Internet und die virtuellen Angebote der Bibliothek, sowie um die Vermittlung an die Kunden. Diese Aufgabe erfordert sowohl informationstechnische Kompetenz als auch didaktische.

Die Arbeitsbereiche von Bibliothekaren verlagern sich also und damit auch die Anforderungen an deren Qualifikation. Ob das nun positiv oder negativ zu bewerten ist, hängt von individuellen und strukturellen Aspekten ab.

Ein Bibliothekar, der sich für die Neuen Medien begeistert, motiviert ist den Kunden den Zugang dazu zu schaffen und genug finanzielle Mittel hat, um seine Ideen umzusetzen, wird glücklich sein über die vielen neuen Möglichkeiten, die ihm die Informationsfülle im Internet und die Informationstechnik bieten.

Ein Bibliothekar, der seine Bestimmung in der Medienbeschaffung und Erschließung sieht, das Buch als einzig wahres Medium betrachtet und nicht versteht, wie er mit den neuen Informationen umgehen soll, wird womöglich eine Sinnkrise erleben.

Längerfristig hängt das Schicksal von Bibliothekaren davon ab, welchen Stellenwert die Entscheidungsträger in Bund, Ländern und Kommune Bibliotheken in Zukunft einräumen und die wiederum sollten von der Lobby der Bibliotheken durch nachhaltige Zukunftsvisionen beeinflusst werden.

## Literaturverzeichnis

Allfacebook.de, Hrsg. (2013): Infografik: Facebook 2013 – Nutzerzahlen & Fakten  
URL: [http://allfacebook.de/zahlen\\_fakten/Infografik-facebook-2013-nutzerzahlen-fakten](http://allfacebook.de/zahlen_fakten/Infografik-facebook-2013-nutzerzahlen-fakten) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Arbeitsagentur, Hrsg. (2014): Bibliothekar. Kompetenzen. [elektronische Quelle]  
URL:  
[http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/berufld.do\\_pgnt\\_act=goToAnyPage&pgnt\\_pn=0&pgnt\\_id=resultShort&status=P](http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/berufld.do_pgnt_act=goToAnyPage&pgnt_pn=0&pgnt_id=resultShort&status=P) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

ARD/ZDF, Hrsg. (2014): ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 / Medienausstattung / -nutzung / Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013. URL:  
<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=398> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

ARD/ZDF, Hrsg. (2014): Onlinestudie 2013 / Onlinenutzung / Onlineanwendungen 2013 nach Geschlecht und Alter. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=423> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

ARD/ZDF, Hrsg. (2014): Onlinestudie 2013 / Onlinenutzung : Onlineanwendungen nach Nutzungsfrequenz 2013. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=423> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

ARD/ZDF, Hrsg. (2014): Onlinestudie 2013 / Social Media / Nutzung von Web-2.0-Anwendungen 2007-2013. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=397> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Ball, Rafael (2013): Das Ende eines Monopols. Was von Bibliotheken wirklich bleibt. Wiesbaden, Dinges & Frick

Bertelsmann Stiftung Bundesvereinigung deutscher Bibliotheksverbände e.V., Hrsg. (2004): Bibliothek 2007. Strategiekonzept. URL: [http://www.bideutschland.de/download/file/bibliothek\\_2007/strategiekonzept\\_langfassung.pdf](http://www.bideutschland.de/download/file/bibliothek_2007/strategiekonzept_langfassung.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Bibliothek Information Deutschland, Hrsg. (2011): Medien- und Informationskompetenz – immer mit Bibliotheken und Informationseinrichtungen! S. 8 URL: [www.-bideutschland.de/download/file/Medien- und Informationskompetenz.pdf](http://www.bideutschland.de/download/file/Medien-undInformationskompetenz.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

BIB Berufsverband Information Bibliothek e.V., Hrsg. (2014): Berufsbild Bibliothekar(in). URL: <http://www.bib-info.de/kommissionen/kommission-ausbildung-und-berufsbilder/ausbildung/studium-bachelor/berufsbild.html> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Binder-Kissel, Ute (2008): E-Mail-Knigge, S. 19. Freiburg

BITKOM, Hrsg. (2011): Besonders ältere Menschen fühlen sich von Informationen überflutet. URL: [www.bitcom.org/de/presse/70864\\_67508.aspx](http://www.bitcom.org/de/presse/70864_67508.aspx) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

BITKOM, Hrsg. (2014): Keine Angst vor der Informationsflut aus dem Netz. URL: [http://www.bitkom-research.de/epages/63742557.sf/de\\_DE/ObjectPath=/Shops/63742557/Categories/Presse/Pressearchiv](http://www.bitkom-research.de/epages/63742557.sf/de_DE/ObjectPath=/Shops/63742557/Categories/Presse/Pressearchiv) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Bitkom, Hrsg. (2013): E-Books erobern den Massenmarkt. URL: [http://www.bitkom.org/de/markt\\_statistik/64018\\_77541.aspx](http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64018_77541.aspx) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Bundeszentrale für politische Bildung, Hrsg. (2013): Datenreport 2013. Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland. S. 337. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/datenreport-2013/> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Deutscher Bibliotheksverband e.V., Hrsg. (2012): Ursachen und Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken in Deutschland. S. 34. URL: [http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user\\_upload/DBV/projekte/2012\\_04\\_26\\_Ursachen\\_und\\_Gründe\\_zur\\_NN\\_lang.pdf](http://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/projekte/2012_04_26_Ursachen_und_Gründe_zur_NN_lang.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Divibib, Hrsg. (2013): Onleihe Ticker. URL: [www.onleihe.net/](http://www.onleihe.net/) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Dudeck, J.; Koball, K. (2012): Von der Netzwerkerin zum Medienpädagogen – Die Arbeit in Kleinstadtbibliotheken als Herausforderung für das Berufsbild und die Ausbildung, in: Hohoff, Ulrich; Lülfi, Daniela (Hrsg.): *Bibliotheken für die Zukunft – Zukunft für die Bibliotheken. 100. Deutscher Bibliothekartag in Berlin 2011*. Hildesheim, OLMS, S 224

Eichmann, Hubert (2000): Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat: Wissensungleichheiten durch die differenzielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet. Frankfurt am Main, Peter Lang

Eimeren, von Birgit; Ridder, Christa-Maria (2011): Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010, in: *Media-Perspektiven* 1/2011, S. 5. URL: [www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/01-2011\\_Eimeren\\_Ridder.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2011_Eimeren_Ridder.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Faulstich, Werner (2004): Medienwissenschaft. Paderborn, Wilhelm Fink Verlag

Focus online, Hrsg. (2012): Gesundheitsgefahr Facebook. URL: [http://www.focus.de/gesundheit/gesundleben/stress/gesundheitsgefahren-facebook-und-twitter-informationsflut-kann-krank-machen-\\_aid\\_714326.html](http://www.focus.de/gesundheit/gesundleben/stress/gesundheitsgefahren-facebook-und-twitter-informationsflut-kann-krank-machen-_aid_714326.html) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Gillitzer, Berthold (2011): Wir müssen, in: *Bibliotheksforum Bayern*, Jg. 05, Nr. 4, S. 236

Goethe-Institut, Hrsg. (2010): Die neue deutsche Bibliothek ist auch ein Wohnzimmer. Olaf Eigenbrodt im Gespräch. URL: <http://www.goethe.de/wis/bib/fdk/de5886686.htm>

Grimme-Institut, Hrsg. (2011): Im Blickpunkt: Werbung im Internet. URL: [www.grimme-institut.de/imblickpunkt/pdf/imblickpunkt\\_werbung.pdf](http://www.grimme-institut.de/imblickpunkt/pdf/imblickpunkt_werbung.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Hbz Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen, Hrsg. (2006): DBS – Deutsche Bibliotheksstatistik. Gesamtauswertung. Berichtsjahr 2001. URL: [http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/auswertungen/gesamtauswertungen/DBS\\_Gesamt\\_2001.pdf](http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/auswertungen/gesamtauswertungen/DBS_Gesamt_2001.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Hbz Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen, Hrsg. (2007): DBS – Deutsche Bibliotheksstatistik Gesamtauswertung. Berichtsjahr 2006. URL: [http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/auswertungen/gesamtauswertungen/dbs\\_gesamt\\_06.pdf](http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/auswertungen/gesamtauswertungen/dbs_gesamt_06.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Hbz Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen, Hrsg. (2012): DBS – Deutsche Bibliotheksstatistik. Gesamtauswertung. Berichtsjahr 2011. URL: [http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/auswertungen/gesamtauswertungen/dbs\\_gesamt\\_dt\\_11.pdf](http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/archiv/auswertungen/gesamtauswertungen/dbs_gesamt_dt_11.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Hbz Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen, Hrsg. (2013): Bibliotheken zählen! Berichtsjahr 2012, S. 4. URL: [http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/aktuell/Datenposter/datenposter2012\\_web.pdf](http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/aktuell/Datenposter/datenposter2012_web.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Hbz Hochschulbibliothekszenrum des Landes Nordrhein-Westfalen, Hrsg. (2013): DBS – Deutsche Bibliotheksstatistik. Öffentliche Bibliotheken – Gesamtstatistik. Berichtsjahr 2012, S. 3. URL: [http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/aktuell/auswertungen/oeb\\_bund\\_12.pdf](http://www.hbz-nrw.de/dokumentencenter/produkte/dbs/aktuell/auswertungen/oeb_bund_12.pdf) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Hoffmann, Hilmar (1985): Buchkultur und Informationstechnik, in: *ZfBB Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie*, 32,3 S. 32. Frankfurt/Main, Vittorio Klostermann

Hütte, Mario (2012): Was Hänschen nicht lernt... - Schul- und Hochschulbibliotheken als Partner bei der Vermittlung, in: Hohoff, Ulrich, (Hrsg.): *Bibliotheken für die Zukunft – Zukunft für die Bibliotheken. 100. Deutscher Bibliothekartag in Berlin 2011*. Hildesheim, Olms, S 272

Kaltwasser, Franz Georg (2007): Bibliotheksarbeit. Ausgewählte Aufsätze. Wiesbaden, Harrassowitz

Klingberg, Torkel (2008): Multitasking. Wie man die Informationsflut bewältigt ohne den Verstand zu verlieren. München, Beck

Königer, Paul; Reithmayer, Walter (1998): Management unstrukturierter Informationen. Wie Unternehmen die Informationsflut beherrschen können. Frankfurt am Main, Campus

Kübler, Hans-Dieter (2005): Mythos Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften

Landesbibliothekszenrum Rheinland-Pfalz, Hrsg. (2011): Kundenumfrage 2011  
URL: [http://www.lbzrlp.de/fileadmin/user\\_upload/Buechereistellen/onleihe/Onleihe-Kundenumfrage-2011-Diagramme.pdf](http://www.lbzrlp.de/fileadmin/user_upload/Buechereistellen/onleihe/Onleihe-Kundenumfrage-2011-Diagramme.pdf) S.1 (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Information. 21. Aufl. URL: <http://www.munzinger.de/document/12010049608> (10.4.2014). [elektronische Quelle]

Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Information (Gesamtartikel). 21. Aufl. URL: <http://www.munzinger.de/document/12010049607> (10.4.2014). [elektronische Quelle]

Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Informationstheorie. 21. Aufl. URL: <http://www.munzinger.de/document/12010049804> (10.4.2014). [elektronische Quelle]

Munzinger Online/Brockhaus, Hrsg. (o.J.): Neue Medien. 21. Aufl. URL: <http://www.munzinger.de/document/12015046103> (10.4.2014). [elektronische Quelle]

Otte, Max (2009): Der Informations Crash. Wie wir systematisch für dumm verkauft werden. Berlin, Econ

Pflaum, Günter (2012): Die meisten Nutzer sind weiblich und über 30 Jahre alt, in *BUB* 64 (2012) 02, S.101f.

Plassmann, Engelbert; Rösch, Hermann; Seefeld, Jürgen u.a. (2011): Bibliotheken und Informationsgesellschaft in Deutschland. Eine Einführung. 2. Aufl. Wiesbaden, Harrassowitz

Schirmmacher, Frank (2009): Payback, Warum wir im Informationszeitalter gezwungen sind zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie wir die Kontrolle über unser Denken zurückgewinnen. 3. Aufl. München, Blessing

Stadtbibliothek Stuttgart, Hrsg. (2014): Podcasts – Audiobooks. URL: [http://www1.stuttgart.de/stadtbibliothek/bvs/ausgabe\\_audio.php?sid=246](http://www1.stuttgart.de/stadtbibliothek/bvs/ausgabe_audio.php?sid=246) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Statista, Hrsg. (2013): Marktanteile der Suchmaschinen weltweit im September 2013. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/222849/umfrage/marktanteile-der-suchmaschinen-weltweit/> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Statista, Hrsg. (2013): Stress – Art der Belastung bei der Arbeit in Deutschland 2013. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/282588/umfrage/umfrage-zur-art-der-belastungen-bei-der-arbeit-in-deutschland/> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Tréfás, David (2013): Die Bibliothek 2.0 ist tot – es lebe der Bibliothekar 2.0, in: *027.7 Zeitschrift für Bibliothekskultur* 1,1 (2013), S. 26. URL: [http://www.0277.ch/ojs/index.php/cdrs\\_0277/article/view/12/36](http://www.0277.ch/ojs/index.php/cdrs_0277/article/view/12/36) (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Uhlmann, Berit (2012): Multitasking im Büro. Überleben in der Informationsflut, in: *Süddeutsche.de*. URL: <http://www.sueddeutsche.de/karriere/multitasking-im-buero-ueberleben-in-der-informationsflut-1.1479211> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Umlauf, Konrad (2002): Professionsveränderung in netzwerkbezogenen Arbeitsumgebungen, in: Puhl, Achim; Stang, Richard (Hrsg.): *Bibliotheken und die Vernetzung des Wissens*, Bielefeld, Bertelsmann S. 67

Umlauf, Konrad (1999): Zukunft der Bibliotheken und der bibliothekarischen Berufe. Bibliothekarischer Beruf als Verschnitt. Abs. 2.5.1 u. 3.3.5. URL: <http://www.ib.hu-berlin.de/~kumlau/handreichungen/h51/#Verschnitt> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

Umstätter, Walther (2009): Zwischen Informationsflut und Wissenswachstum. Bibliotheken als Bildungs- und Machtfaktor der modernen Gesellschaft. Berlin, Simon Verlag für Bibliothekswissen, S. 30

Weidling, Elisabeth (2012): Social Media – eine Herausforderung für Bibliotheken, in: *BuB* 64 (2012) 01, S. 67

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft, Hrsg. (2014): Bibcharts. Bibliotheken und Informationszentren im Social Web. URL: <http://bibcharts.eu> (23.4.2014). [elektronische Quelle]

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das Sender-Empfänger-Modell (eigene Darstellung).....	8
Abbildung 2: Wissensaufbau (eigene Darstellung).....	9
Abbildung 3: Kommunikation (eigene Darstellung) .....	9
Abbildung 4: Information über ein Medium (eigene Darstellung).....	10
Abbildung 5: Massenmedien (eigene Darstellung).....	11
Abbildung 6: Medienträger (eigene Darstellung).....	11
Abbildung 7: Beispielhafte Darstellung der Medienentwicklung (eigene Darstellung).....	12
Abbildung 8: Der Mensch in der Informationsflut (eigene Darstellung).....	23
Abbildung 9: Ordnerstruktur auf einem gewöhnlichen PC (eigene Darstellung) ..	29
Abbildung 10: Auswahl von Medienangeboten in Bibliotheken .....	33
Abbildung 11: Datenbankangebot der Stadtbibliothek Gütersloh** .....	34
Abbildung 12: Ina, die virtuelle Ansprechpartnerin der Hamburger Bücherhallen** <sup>2</sup> .....	37
Abbildung 13: Informationsflüsse in einer Öffentlichen Bibliothek (eigene Darstellung).....	39
Abbildung 14: Tutorial "Wie kombiniere ich meine Suchbegriffe"*** .....	48
Abbildung 15: Website der Stadtbücherei Winnenden** <sup>4</sup> .....	49
Abbildung 16: Website der Bücherhallen Hamburg** <sup>5</sup> .....	50
Abbildung 17: Bibliotheken auf Facebook** <sup>6</sup> .....	51

---

\* <https://www.digibib.net/jumpto?>

D\_SERVICE=TEMPLATE&D\_SUBSERVICE=ERESOURCES&LOCATION=371

\*<sup>2</sup> <http://www.buecherhallen.de>

\*<sup>3</sup> <http://lotse.sub.uni-hamburg.de/tutorials/index-de.php#suchen>

\*<sup>4</sup> <http://www.stadtbuecherei.winnenden.de>

\*<sup>5</sup> <http://www.buecherhallen.de>

\*<sup>6</sup> <http://www.facebook.de>



Tabelle 1: Codieren und Decodieren (eigene Darstellung) .....	10
Tabelle 2: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2013 in Min./Tag (eigene Darstellung)** <sup>7</sup> .....	21
Tabelle 3: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2000 in Min./Tag (eigene Darstellung)* .....	21
Tabelle 4: Daten aus der Deutschen Bibliotheksstatistik 2001, 2006, 2011** <sup>8</sup> .....	40
Tabelle 5: Berechnung aus den oben dargestellten Daten .....	41

---

\*<sup>7</sup> <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=398Medienausstattung/-nutzung>

\*<sup>8</sup> <http://www.hbz-nrw.de/angebote/dbs>